

Digioppaan laatiminen Otavamedian Kotiliesi.fi ja Ruoka.fi -verkkopalvelujen avustajille

Emmi Toivonen



Tekijä Emmi Toivonen	
Koulutusohjelma Journalismin koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Digioppaan laatiminen Otavamedian Kotiliesi.fi ja Ruoka.fi -verkkopalvelujen avustajille	Sivu- ja liitesivumäärä 15+18
<p>Tämän produktimuotoisen opinnäytetyön tarkoituksena on ollut tuottaa Otavamedian Kotiliesi.fi ja Ruoka.fi -verkkopalveluiden avustajille opas, jonka avulla työskentely toimituksen ulkopuolella onnistuu helpommin. Verkkosivustojen sisällöntuotannossa ja päivittämisessä käytetään toimituksen ulkopuolisia avustajia, jotka vaihtuvat aika ajoin. Avustajien saaman suullisen perehdytyksen tueksi kaivattiin kirjallista materiaalia, joka tehostaisi työskentelyä.</p> <p>Tavoitteeksi oppaalle asetettiin selkeän ohjeistuksen luominen, johon tukeutuen uusien avustajien olisi helppo työskennellä ja oppia järjestelmän rutiinit. Tavoitteena oli myös vähentää avustajilta tulevien yhteydenottojen määrää, kun he kohtasivat ongelmia WordPresillä työskennellessään. Ohjeistuksella pyrittiin vastaamaan yleisimpiin ongelmiin, joita avustajat kohtasivat työssään. Tätä kautta yhdeksi tavoitteeksi työlle muodostui myös työn tehostaminen.</p> <p>Oppaan sisältö suunniteltiin yhteistyössä verkkopalveluiden tuottajien kanssa joulukuussa 2015 ja se keskittyy hyvin pitkälti julkaisualusta WordPressin käyttöön liittyviin ohjeisiin. Muita oppaassa käsiteltäviä aiheita olivat yksinkertainen kuvankäsittely, Otavamedian sähköisen arkiston käyttö sekä verkkokirjoittaminen.</p> <p>Työn teoreettisena viitekehystenä oli perehdyttäminen ja sen suunnittelu. Lisäksi teoriaosuudessa avataan lyhyesti oppaan kannalta keskeisiä käsitteitä, kuten digitaalinen viestintä, WordPress sekä hakukoneoptimointi.</p> <p>Oppaan suunnitteluprosessi alkoi loppuvuodesta 2015 ja valmis opas jätettiin toimitukselle joulukuussa 2016. Vaikka oppaan alkuperäinen kohderyhmä oli avustajat, soveltuu opas tietyin sovelluksin myös toimituksen sisäiseen sekä sivustojen bloggareiden käyttöön. Työn kolmannessa luvussa käsitellään tarkemmin oppaan syntyprosessi sekä siihen liittyvät haasteet.</p> <p>Valmis opas on ollut paljon toimituksen käytössä, joten jatkokehitystä varten olisi hyödyllistä luoda oma, erillinen opas toimituksen sisäiseen käyttöön. Tällöin saataisiin kohderyhmän lähtökohdista luotu opas, joka vastaisi paremmin heidän tarpeisiinsa.</p>	
Asiasanat digitaalinen viestintä, perehdytys, verkkosivusto, WordPress	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Toimeksiantajan esittely	2
1.2	Kotiliesi.fi.....	2
1.3	Ruoka.fi.....	3
2	Tietoperusta	5
2.1	Perehdyttäminen.....	5
2.1.1	Perehdyttämisen suunnittelu	6
2.2	Digitaalinen viestintä	6
2.2.1	WordPress -julkaisujärjestelmä	7
2.2.2	Hakukoneoptimointi.....	7
3	Oppaan tuotantoprosessi	8
3.1	Oppaan tavoitteet.....	8
3.2	Prosessin kuvaus.....	8
3.2.1	Taustat ja lähtötilanne	9
3.2.2	Oppaan laatiminen	11
3.3	Oppaan käyttöönotto.....	11
3.4	Haasteet oppaan ajantasaisuudessa	12
4	Pohdinta.....	12
	Lähteet	15
	Liitteet.....	16
	Liite 1. Digiopas.....	16

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö on luonteeltaan toiminnallinen ja sen lopputuloksena syntyi Otavamedian Kotiliesi.fi ja Ruoka.fi -verkkopalvelujen avustajille sekä toimitukselle kohdennettu opas. Oppaan tarkoitus on toimia tukena aloitteleville avustajille ja tehdä toimituksessa olevasta hiljaisesta tiedosta näkyvää. Lisäksi opasta tullaan käyttämään toimituksen sisäisesti verkkojulkaisemiseen perehdyttämisessä.

Idea oppaaseen on peräisin omista kokemuksistani niin freelance-avustajana kuin toimituksen jäsenenä. Työskennellessäni toimituksen ulkopuolisena avustajana, ohjeistuksia tuli tipoittain ja ne vaihtelivat. Työskentely oli monesti hieman sekavaa, koska tehtäviin ei ollut olemassa kunnon ohjeistusta.

Toimituksessa työskennellessäni huomasin, että puutteelliset ohjeistukset aiheuttivat huomattavan paljon lisätyötä myös sivustojen tuottajille. He saivat jatkuvasti korjata avustajien tekemiä virheitä sekä vastata heidän sähköpostiviesteihinsä, joissa kyseltiin apua ja ohjeistuksia.

Kattavan ohjeistuksen puuttuminen johti työskentelyn tehottomuuteen sekä toimituksessa että avustajien puolelta. Havaintojeni pohjalta ehdotin, että laatisin oppaan, johon kerätään avustajalle oleellinen tieto. Idea oppaasta sai välittömästi sekä tuottajien että päätoimittajan tuen.

Opasta varten kävimme verkkotuottajien kanssa keskustellen läpi, millaisia asioita oppaaseen on syytä sisällyttää. Oppaan laatimisessa on hyödynnetty joitain jo olemassa olevia Otavamedian materiaaleja, mutta kaikki on uudelleenkirjoitettu ja sovellettu juuri näiden sivustojen käyttöön sopivaksi. Tärkeässä osassa oli myös oma kokemukseni avustajana toimimisesta ja sen myötä saamani ymmärrys siitä, millaista tietoa avustaja tarvitsee onnistuakseen työssään.

Koko prosessissa hyvin ratkaisevassa osassa on ollut oma kokemukseni ja ymmärrykseni sivustojen avustamisesta. Työ on monella tavalla pirstaleista ja se vaatii paljon oma-aloitteisuutta sekä ongelmanratkaisukykyä. Oppaan tavoitteeksi asetettiinkin avustajien työn tukeminen ja tehostaminen. Tätä kautta myös tuottajien ja tuotantoassistenttien töiden toivottiin tehostuvan, kun jatkuvat kyselyt avustajilta eivät vie isoa osaa työajasta. Tavoitteena oli siis luoda opas, joka vastaisi useimpiin kysymyksiin, joita avustajilla nousee sivustojen parissa työskennellessään.

1.1 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Otavamedia Oy, joka kuuluu Otava-konserniin. Otava-konserni on Suomen toiseksi suurin graafisen viestinnän kustantaja. Konsernin päätoiminnot ovat kirjojen kustantaminen ja myyminen, kirjakauppa-toiminta, aikakauslehtien kustantaminen sekä uudet liiketoiminnot, jonka alla on erilaisia verkkopalveluita, kuten Ampparit.com. (Otavamedia)

Konsernin emoyhtiö on Otava Oy. Varsinainen liiketoiminta on organisoitu tytäryhtiöihin, joista muodostuvat edellä mainitut liiketoiminta-alueet. Otavamedia Oy vastaa aikakauslehtien kustannustoiminnasta sekä niihin liittyvistä verkkosivustoista. (Otavamedia)

Otavamedia Oy jakautuu viiteen eri yksikköön: Julkaisuyksikkö 1, Julkaisuyksikkö 2, Asiakasviestintä (Otavamedia OMA), Uudet liiketoiminnot ja Kansainvälinen liiketoiminta. Kotiliesi.fi ja Ruoka.fi kuuluivat molemmat Julkaisuyksikkö 1:en Kodin lehdet -perheeseen. Alkuvuodesta 2017 Ruoka.fi siirrettiin Anna.fi:n alle.

Kodin lehdet -perhe koostuu neljästä lehdestä: Kotiliesi, Deko, Maalla ja Kotiliesi Käsityö. Lisäksi perheeseen kuuluvat verkkosivustot: Kotiliesi.fi, Ruoka.fi (1/2017 asti) sekä Deko-lehti.fi.

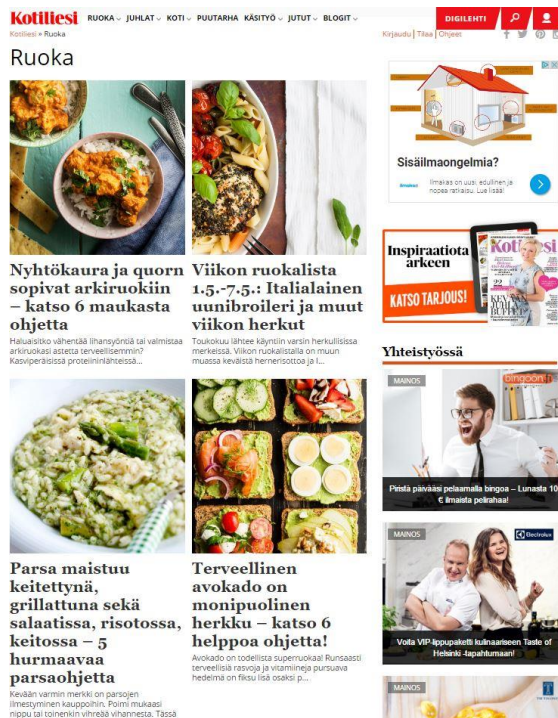
1.2 Kotiliesi.fi

Kotiliesi.fi on mainosrahoitteinen verkkopalvelu, joka täydentää liki 100-vuotiaan Kotiliesi-lehden brändiä. Vuonna 2007 perustetulla verkkopalvelulla on keskimäärin noin 130 000 käyttäjän viikkotavoittavuus (TNS Metrix).

The screenshot shows the homepage of Kotiliesi.fi. At the top, there is a navigation menu with categories: RUOKA, JIHILÄT, KOTI, PUUTARHA, KÄSITYÖ, JUTUT, and BLOGIT. Below the navigation, there are several article teasers. The first section is titled 'Uusimmat reseptit' and includes three recipes: 'Blondies-leivokset valkokuulaista ja valkosuklaasta', 'Omelett-leivirullat', and 'Serrano-ruokojen storvullat'. The second section is titled 'Uusimmat kolumnit' and includes two articles: 'Valo tänä on nauttanut Hanna Partasen toimissa ravitsemusterapeutti...' and 'Hilkka Oksanen: "Missään ei kohtaa toista ihmistä niin hyvin..."

Kuva 1. Kotiliesi.fi:n etusivu 2.5.2017

Sivuston keskeisimpiä aiheita ovat ruoka, juhlien järjestäminen sekä käsityöt. Lisäksi sivustolla on puutarha-, sisustus- ja lukujuttuja sekä kilpailuja. Erityisesti ruokaohjeet ovat sivustolle keskeistä sisältöä: Kotilieden reseptipankissa on yli 5000 reseptiä. Sivustolla on myös neljä aktiivista blogia, jotka kaikki käsittelevät eri aiheita: ruokaa, puutarhaa, hyvinvointia sekä koiria.

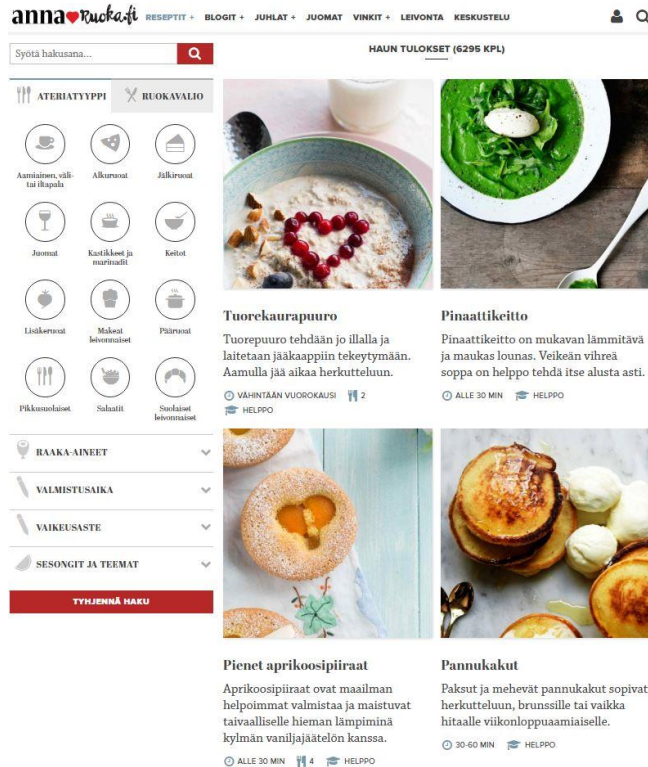


Kuva 2. Kotiliesi.fi:n Ruoka-sivu 2.5.2017

Osa Kotiliesi.fi:n sisällöstä tuotetaan vain verkkoa varten, mutta sivustolla hyödynnetään myös jo lehdessä julkaistuja artikkeleita. Sivustolla olevat reseptit ovat peräisin Kotiliesi-lehdestä. Sivuston sisällöstä vastaa verkkotuottaja, jonka apuna on tuotantoassistentti sekä avustajia. Myös lehden toimitus osallistuu jossain määrin sivuston sisällöntuotantoon.

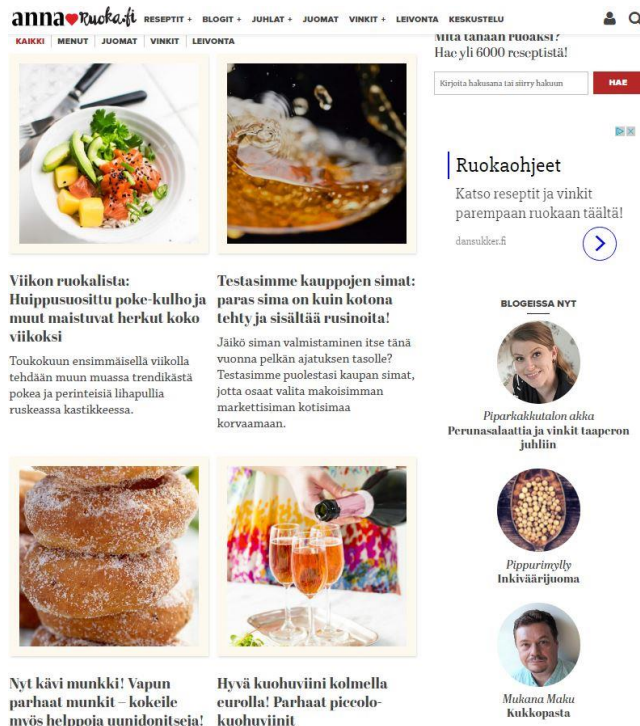
1.3 Ruoka.fi

Ruoka.fi on erilaisiin ruokasisältöihin keskittynyt mainosrahoitteinen sivusto. Noin 100 000 viikkokävijää tavoittavalla sivustolla on yli 6000 ruokaohjeen reseptipankki (TNS Metrix). Sivuston reseptit tulevat useammasta eri lehdestä, kuten Seurasta, Kotilääkäristä ja An-nasta.



Kuva 3. Ruoka.fi:n Reseptit-sivu 2.5.2017

Sivuston sisältö on pääasiassa suoraan verkkoon tuotettua, mutta jonkin verran hyödynnetään myös Otavamedian aikakauslehtiin tehtyjä ruokajuttuja ja keittiövälinetesteuksia. Ruoka.fi:n sisällöstä vastaa verkkotuottaja, jonka apuna toimii tuotantoassistentti sekä avustajia.



Kuva 4. Ruoka.fi:n etusivu 2.5.2017

2 Tietoperusta

Tässä osiossa käydään läpi oppaan laatimisen kannalta keskeiset teoria ja käsitteistö, kuten perehdyttäminen ja digitaalinen media. Tämän opinnäytetyön lopputuloksena syntyvä opas on osa uusien avustajien perehdytysmateriaaleja, joten työn tärkeimmäksi viitekehikseksi muodostuu perehdytys.

Tarkoitus ei ole siis luoda kaiken kattavaa perehdytysmateriaalia, vaan opas, joka täydentää ja vahvistaa suullisesti toteutettavaa työhönopastusta. Tämän vuoksi on tärkeää ymmärtää, mitä perehdyttäminen on, miksi se on tärkeää ja mitä on syytä ottaa huomioon sitä suunnitellessa.

Tässä osiossa käydään läpi myös WordPress-julkaisualusta, sillä se liittyy keskeisesti itse oppaan sisältöön ja avustajien työnkuvaan. Avaan myös lyhyesti, mitä digitaalisella viestinnällä tarkoitetaan.

2.1 Perehdyttäminen

Perehdyttämisellä tarkoitetaan yleisesti niitä toimenpiteitä, joilla uusi työntekijä tutustutaan tehtäviinsä, työpaikkaansa sekä työn tavoitteisiin. Sen tarkoituksena varmistaa, että henkilö on valmentautunut tuleviin tehtäviinsä ja tukea hänen motivaatiotaan. (Lepistö 2004, 56-57; Österberg 2014, 115.)

Työnantajalla on vastuu perehdytyksen järjestämisestä, mutta yleensä sen suunnittelee työntekijän lähin esimies. Joskus perehdyttämisestä voi vastata myös työpaikan henkilöstöasiantuntija. Toteutus saattaa silti käytännössä siirtyä toiselle työntekijälle tai se toteutetaan joustavasti yhteistyössä. Tämä johtuu yksinkertaisesti siitä, että kaikki tehtävät eivät välttämättä ole tuttuja esimiehelle, jolloin varsinkin tarvitaan myös työntekijöiden panosta. Joskus perehdytys annetaan kokeneen työntekijän vastuulle, toisinaan taas voidaan suosia viimeisimpänä taloon tullutta työntekijää, sillä hänellä on omat kokemukset vielä tuoreessa muistissa. (Lepistö 2004, 58-59; Österberg 2014, 118-119.)

Perehdyttämisen tärkeys on havaittavissa etenkin siinä, miten se tehostaa sekä uuden työntekijän että koko työyhteisön työskentelyä. Hyvin suunnitellun perehdytyksen avulla työntekijä oppii tehtävänsä nopeammin kuin ilman kunnon opastusta. Lisäksi hän oppii suorittamaan ne oikein. Näin säästytään ylimääräisiltä virheiltä, joiden korjaaminen vie yleensä useammankin henkilön työaika. (Österberg 2014, 115.)

2.1.1 Perehdyttämisen suunnittelu

Perehdyttämistä suunnitellessa täytyy muistaa, ettei pelkkä kirjallinen materiaali korvaa kasvokkain saatua opastusta (Helsilä 2002, 52). Perehdytyksen laajuus määräytyy muun muassa tulevien tehtävien sekä työsuhteen keston mukaan. Joskus perehdytys on tarpeellista järjestää myös esimerkiksi perhevapailta palaamisen jälkeen, sillä työssä käytettävässä tekniikassa on saattanut tapahtua muutoksia. (Österberg 2014, 116.)

Kun suunnittelee perehdyttämistä, on syytä huomioida myös sellaiset tekijät kuin henkilön ammatillinen osaaminen, kokemus alalta sekä ikä. Nämä ovat tärkeitä siksi, että esimerkiksi nuorella työntekijällä, jolla ei ole vielä juurikaan työkokemusta, on erilaiset tarpeet perehdytettävänä kuin kokeneemmalla ammattilaisella. (Österberg 2014, 116-117.)

Opasta laatiessa pitää ottaa huomioon myös se, että tässä tapauksessa perehdytettävät ovat yksintyöskenteleviä freelancereita. Koska he eivät ole työsuhteessa, on heillä itsellään velvollisuus ottaa selvää toimeksiantajasta ja tutustua tehtävän taustoihin. Tässä kohtaa on tärkeää muistaa esittää myös omia kysymyksiä toimeksiantajalle, sillä niiden kautta yksin työskentelevä saattaa saada vielä oleellisempaa tietoa kuin pelkästään toimeksiantajan ohjeistuksista. (Torppa 2013, 91-92.)

2.2 Digitaalinen viestintä

Digitaalinen viestintä on osa jokapäiväistä elämäämme ja sitä on kaikkialla. Siinä hyödynnetään monia eri elementtejä, kuten kuvaa ja videota. Kirjassa *Digitaalinen media* digitaalisen viestinnän perusmediaelementeiksi luetellaan seuraavat: teksti, valokuva, grafiikka, video, animaatio, äänitehosteet ja musiikki. (Keränen, Lamberg & Penttinen 2005, 1-5.)

Digitalisaatio on muuttanut viestimien perinteistä jakoa sähköisiin ja graafisiin. Nykyaikaiset digitaaliset viestintävälineet yhdistelevät niin sähköisille kuin graafisille viestimille tyypillisiä ominaisuuksia. (Keränen ym. 2005, 8.)

Keräsen, Lambergin ja Penttisen mukaan verkkosivustot, jotka yhdistelevät tekstiä, kuvaa ja muita elementtejä, ovat yksi yleisimmistä digitaalisen viestinnän muodoista. Tänä päivänä digitaalista viestintää leimaa myös monimediaisuus eli samaa sisältöä hyödynnetään monissa eri välineissä. Esimerkki tästä on lehtiartikkeli, joka jaellaan myös verkkosivuilla, mobiilisovelluksessa sekä sosiaalisen median eri kanavissa. (Keränen ym. 2005, 6,8.)

Sisällöntuotanto on termi, johon törmää usein, kun puhutaan digitaalisesta viestinnästä. Käytännössä jokainen voi olla sisällöntuottaja vain kirjoittamalla vaikkapa Helsingin Sanomien artikkelin alle kommentin tai pitämällä blogia. Aivan erityisesti sisällöntuotannosta puhutaan kuitenkin silloin, kun se on ammattimaista eli sisällöntuotantoteollisuutta. Tähän lukeutuvat Keräsen, Lambergin ja Penttisen mukaan graafinen teollisuus, audiovisuaalinen teollisuus sekä digitaalinen julkaisutoiminta. (Keränen ym. 2005, 10.)

2.2.1 WordPress -julkaisujärjestelmä

WordPress (WP) on avoimen lähdekoodin julkaisualusta, joka on kehitetty alun perin blogialustaksi vuonna 2003. WP jakautuu edelleen wordpress.com:iin ja wordpress.org:iin, joista ensimmäinen on blogialusta ja jälkimmäinen tarjoaa alustan monimutkaisemmillekin verkkosivustoille. (WordPress)

Maailmassa on noin 75 miljoonaa WP-sivustoa, joiden joukossa esimerkiksi time.com, forbes.com, TechCrunch ja Mashable. WP:in suosiota selittää ainakin osittain avoin lähdekoodi, joka tekee siitä monia kilpailevia alustoja edullisemmän vaihtoehdon, koska lisenssimaksuja ei ole. Alustan helppo muokattavuus tuhansilla erilaisilla lisäosilla on myös yhden vahvuuksista. (WordPress)

2.2.2 Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimointi eli SEO (Search Engine Optimization) viittaa erilaisiin toimiin, joilla saadaan aikaan liikennettä hakukoneista sivustoille. Voidaan puhua myös Google-optimoinnista, sillä kaikista hakukoneista Googlen markkinaosuus on ylivoimaisesti suurin, noin 78 prosenttia. (Honkanen 2016.)

Käytännössä SEO on siis julkaistavien sisältöjen muokkaamista niin, että hakukoneet löytävät ne mahdollisimman hyvin. Sisältöä ei pitäisi kuitenkaan luoda hakukoneen ehdoilla, vaan ennen kaikkea palvelun käyttäjää ajatellen (Google 2010, 2.)

Hakukonenäkyvyyttä edistävää sisältöjen muokkaamista on esimerkiksi otsikointi sellaisin sanoin, joilla tietää jutun aihetta etsittävän hakukoneista. Myös linkkien lisääminen juttuihin, kuvaavasti nimetyt kuvat sekä väliotsikoiden käyttäminen ovat kaikki sellaisia toimia, joilla voidaan parantaa hakukonenäkyvyyttä. (Sihvonen 2015.)

3 Oppaan tuotantoprosessi

Oppaan tuottamisessa lähdettiin liikkeelle siitä, mitä avustajan tarvitsee tietää, kun hän tekee työtä toimituksen ulkopuolella. Lisäksi on huomattava, että oppaan lisäksi avustajat saavat aina myös henkilökohtaisen perehdytyksen tehtäviinsä toimituksessa. Opas laaditaan siis muun perehdytyksen tueksi, kirjalliseksi ohjeistukseksi, jota avustaja voi käyttää alussa itsenäisen työskentelyn tukena.

3.1 Oppaan tavoitteet

Valmiille oppaalle asetettiin tavoitteeksi sekä avustajien että tuottajien työn tehostaminen. Koska toimituksen ulkopuoliset avustajat koulutetaan myös kasvokkain, oppaan ei ollut tarkoitus olla laajuudeltaan sellainen, että pelkästään sen pohjalta voisi opetella uuden työn. Keskeistä oli tuoda oppaassa esiin niitä asioita, jotka helposti unohtuvat koulutuksen jälkeen ja tukea muistia.

Opasta tiedettiin tarvittavan myös toimituksen sisäisesti, sillä useimmat lehtiperheen toimittajista eivät ole tottuneet tuottamaan sisältöä verkkosivustoille. Siksi oppaassa onkin kirjoitettu useimmat ohjeistukset auki sen sijaan, että kaikki olisi selitetty vain toimintapolkuina tai kuvakaappauksina.

Toimitusta ajatellen oppaan tavoite oli hieman eri kuin avustajilla. Koska verkkosivuston parissa työskentely on monille toimittajille epämiellyttävä ajatus, oli oppaan tavoitteena tehdä sivuston päivittämisestä helpommin lähestyttävää. Kun oppaassa on konkreettiset ohjeet, on helpompi tarttua toimeen, vaikka ei muistaisikaan ihan tarkkaan, miten jokainen työvaihe menee.

Oppaaseen haluttiin luoda myös yksinkertainen tarkistuslista, jonka ajatuksena oli nopeuttaa työskentelyä. Kun sivustojen parissa työskentely alkaa olla jo kohtuullisesti hallinnassa, voi tarkistuslistan avulla käydä nopeasti läpi, että kaikki tarpeelliset askeleet on otettu ennen jutun julkaisemista. Tästä työkalusta on hyötyä sekä toimituksen ulkopuolella että sisällä työskenteleville.

3.2 Prosessin kuvaus

Prosessi ideasta valmiiksi oppaaksi oli pitkä ja muutoksia täynnä. Idean taustoja ja lähtötilannetta kuvataan kohdassa 3.2.1 ja varsinainen oppaan laatimisprosessi selvitetään kohdassa 3.2.2.

3.2.1 Taustat ja lähtötilanne

Sain idean digioppaan laatimiseen työskenneltyäni pari kuukautta Kodin lehtien toimituksessa. Olin aiemmin toiminut avustajana ja tultuani töihin toimitukseen huomasin, kuinka paljon ongelmia verkkotuottajat kohtasivat avustajien kanssa. Usein avustaja oli jättänyt jonkin tietyn osa-alueen nettijutusta tekemättä tai oli tehnyt sen virheellisesti. Toisinaan avustajat kyselivät ohjeistusten perään.

Tämä kaikki oli mielestäni varsin ymmärrettävää, koska tiesin omasta kokemuksestani, että oikeita ohjeistuksia työn tekemiselle ei ollut. Joitakin työtä ohjaavia sääntöjä tuli tipoitain, mutta kokonaiskuvaa oli hankala hahmottaa. Varsinkin avustajat, jotka työskentelevät sekä Kotiliesi.fi:n että Ruoka.fi:n parissa joutuvat soveltamaan ja miettimään, miten milläkin sivustolla asiat tehdään.

Loppusyksystä 2015 kerroin verkkotuottajille, Kaarina Palletvuorelle (Kotiliesi.fi) ja Leena Kalliokoskelle (Ruoka.fi), että voisin tehdä digioppaan sekä heidän että avustajien työtä helpottamaan. Ideani sai tuottajilta täyden tuen, joten esitin sen myös päätoimittaja Saija Hakoniemelle. Saatuaani päätoimittajan tuen, aloin luonnostella runkoa oppaalle omien kokemusteni perusteella.

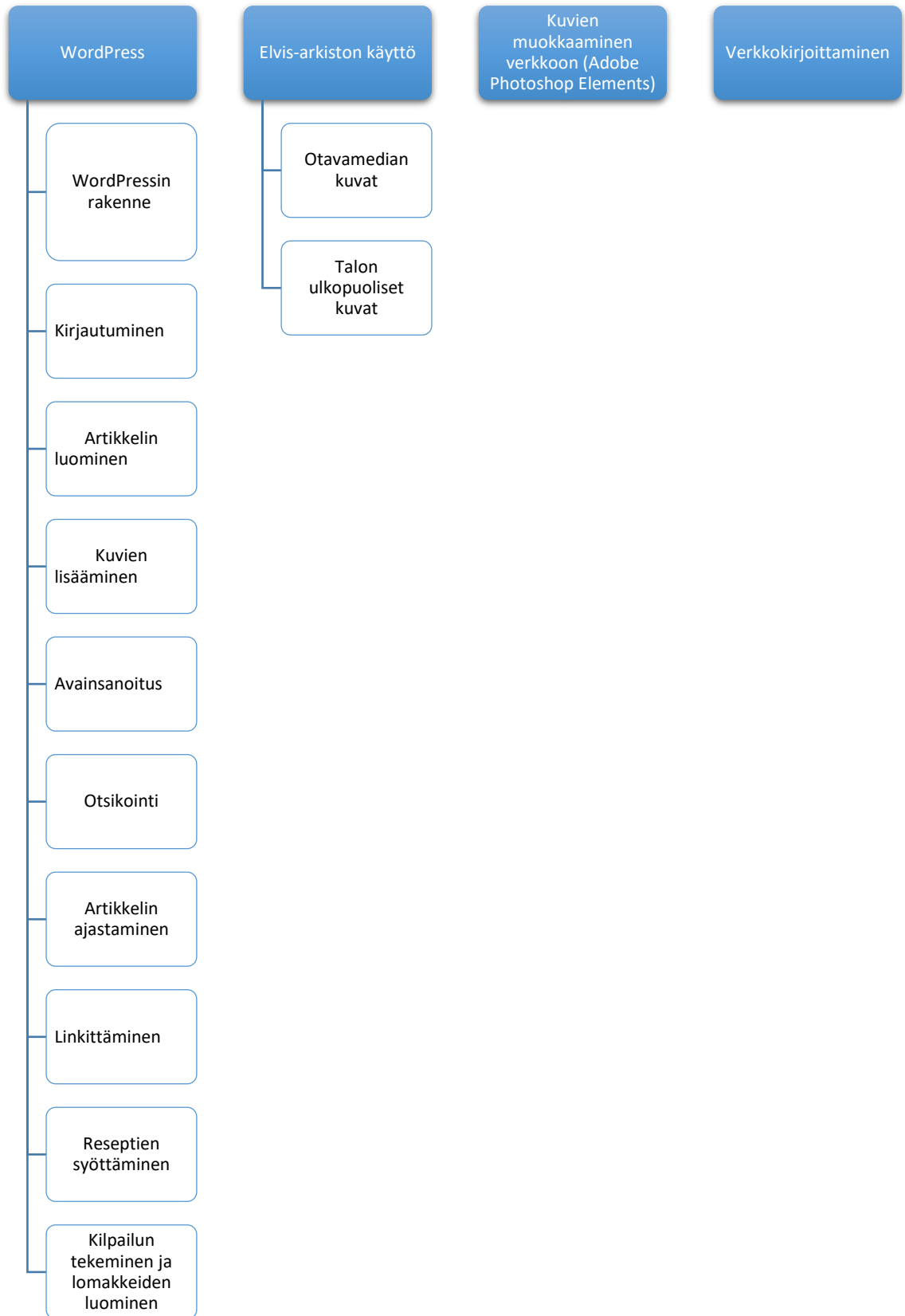
Ennen rungon suunnittelemista, oli välttämätöntä selvittää, mitkä ovat oppaan rajaukset, joiden puitteissa työskentelen.

Tärkeimmät rajaukset olivat:

- A) kohderyhmä - avustajat
- B) muoto – sähköinen, joka on helposti päivitettävissä
- C) ohjeiden esitystapa – suullista koulutusta tukeva, kuvallinen+sanallinen

Rajausten ollessa selvillä, laadin kirjallisen suunnitelman siitä, mitä eri asioita oppaassa tulisi käsitellä. Kun runko oli valmis, kutsuin koolle kokouksen sivustojen tuottajien kanssa. Esittelin rungon heille ja he täydensivät sitä omien kokemustensa pohjalta. Oppaan rakenteen ja tulevan sisällön ollessa selvillä, aloin koota tarvittavia materiaaleja.

Tuottajien kanssa käytyjen keskustelujen perusteella täydennetty ja muokattu runko oppaalle oli kuviossa 1. kuvatus kaltainen.



Kuvio 1. Oppaan rakenne

3.2.2 Oppaan laatiminen

Aloitin oppaan työstämisen heti, kun olimme pitäneet tuottajien kanssa ensimmäisen suunnittelupalaverin joulukuussa 2015. Alkuvaiheessa käytin eniten aikaa laatimani rungon täydentämiseen, jotta minulla olisi yksityiskohtaisempi suunnitelma siitä, mitä kukin osio pitää sisällään.

Keräsin joulukuussa 2015 ja tammikuussa 2016 myös jonkin verran kuvakaappauksia, joita käytin oppaassa havainnollistamaan eri vaiheita. Tammikuussa 2016 kirjoitin opasta auki jo hyvin pitkälle. Lähetin oppaan ensimmäisen version ohjaavalle opettajalle 29.1.2016 ja kyseinen versio oli silloisessa muodossaan jo hyvin lähellä lopullista opasta sisällöltään.

Kevään mittaan täydensin opasta, kun WP:iin tuli uusia päivityksiä, mutta oppaan työstämisprosessi oli pääasiassa tauolla, koska tietoperusta koko työlle oli vielä kirjoittamatta. Tietoperustan kirjoitin pääasiassa maaliskuussa 2016 ja tarkoituksena oli täydentää opasta tietoperustassa esiin nostettujen asioiden valossa.

Oppaan työstäminen oli tauolla kesän 2016 ajan, mutta syksyn tullen se kävi taas ajankohtaiseksi, kun toimituksessa tapahtui muutoksia. Otin tavoitteeksi saada oppaan pois käsistäni vuoden loppuun mennessä ja hioin opasta pikkuhiljaa syksyn 2016 aikana. Luovutin oppaan sekä pdf- että word-formaateissa Kotiliesi.fi:n tuottajalle, Anu Vaskimolle, joulukuussa 2016.

3.3 Oppaan käyttöönotto

Alkuperäisen suunnitelman mukaan opas olisi otettu käyttöön siinä yhteydessä, kun rekrytoimme kaksi uutta avustajaa keväällä 2016. Tällöin uudet avustajat olisivat saaneet toimia ikään kuin oppaan testaajina ja antaa siitä palautetta.

Rekrytointi ajoittui kuitenkin aikaisempaan ajankohtaan kuin oli alun perin suunniteltu, mikä aiheutti sen, ettei opas ollut käyttövalmis avustajien aloittaessa työnsä. Täten opas jäi vaille kohderyhmän testausta.

Uusia avustajia tarvitaan kuitenkin säännöllisesti, joten opas ei jäänyt missään nimessä tarpeettomaksi. Hyödynsin opasta myös toimituksen sisäiseen koulutukseen. Poimimalla tiettyjä osia oppaasta, sain aikaiseksi toimituksen käyttöön paremmin istuvan oppaan, jota kaikki voivat tarpeen tullen käyttää muistin tukena. Esimerkiksi monet toimittajista käyttävät WP:iä niin harvoin, että ehtivät aina unohtaa koulutuksessa opitun.

Minua pyydettiin myös järjestämään koko toimitukselle suunnattu WP-koulutus, jonka pohjana käytin laatimaani digiopasta. Luovutin muokkaamani oppaan kaikkien toimituksen jäsenten käyttöön koulutuksen jälkeen ja pyysin siitä palautetta.

Oppaasta saamani palaute oli varsin myönteistä ja kirjallinen materiaali koettiin todella tärkeäksi tueksi koulutukselle. Näin toimittajilla on aina apu lähellä, kun he alkavat työstää jotakin WP:llä. Luonnollisesti apua saa edelleen kysyä verkkotuottajalta tai tuotantoassistentilta, mutta opas vastaa kuitenkin moniin kysymyksiin, joita WP:iä käyttäessä saattaa nousta.

3.4 Haasteet oppaan ajantasaisuudessa

Jo oppaan kirjoittamisen alkumetreillä kävi selväksi, että on vaikeaa koota opasta, joka olisi ajan tasalla. Koska WP päivittyy jatkuvasti, ulkoasuun tulee pieniä muutoksia ja käyttöön tulee uusia lisäosia, joiden toiminta ja merkitys pitää selittää käyttäjille.

Koko ajan tulee myös uutta tietoa esimerkiksi hakukoneoptimoinnista, joka ohjaa käyttäjiä. Lisäksi on monia pieniä yksityiskohtia, joista ei ole koskaan sovittu yhtenäistä linjaa, vaikka se voisi olla hyödyllistä kaikkien sivustojen kanssa työskentelevien kannalta.

Ainoa tapa pitää opas ajan tasalla on nimetä henkilö, joka päivittää sitä tasaisin väliajoin. Esimerkiksi puolen vuoden välein voisi olla sopiva väli. Perusasiat WP:in käytössä pysyvät onneksi hyvin pitkälti muuttumattomina, joten jokaisen uuden asian lisääminen tai tarkentaminen oppaaseen ei ole välttämättä kovin kiireellinen asia. Toki poikkeuksiakin löytyy, jolloin uusi tieto olisi hyvä päivittää mahdollisimman pian.

Oppaiden viimeisiä versioita luovuttaessa sovin Kotiliesi.fi:n nykyisen verkkotuottajan Anu Vaskimon kanssa, että hän tarkistaisi oppaan ajantasaisuutta puolen vuoden välein. Mikäli suuria muutoksia ilmenisi tiheämmin, hän ottaisi asiakseen lisätä ne oppaaseen.

4 Pohdinta

Kokonaisuutena työprosessi oli katkonainen ja työn valmistuminen viivästyivät valitettavan paljon. Työskentelyä hankaloitti paitsi oma elämäntilanteeni, myös jatkuvat organisatiomuutokset Otavamedialla. Jälkikäteen ajateltuna, monilta ongelmilta olisi välttytty, jos

olisin suunnitellut työskentelyni paremmin heti alussa ja antanut itselleni vain lyhyen ajanjakson koko prosessin läpiviemiselle. Prosessin aikana oli pitkiä ajanjaksoja, kun en tehnyt mitään koko opinnäytetyön eteen, mikä oli täysin omaa saamattomuuttani.

Oppaan suunnitteluun osallistuneista tuottajista kumpikaan ei ollut enää oppaan luovuttassani töissä Kodin lehtien toimituksessa. Tuottaja Kaarina Palletvuori siirtyi jo tammi-kuussa 2016 Seuran tuottajaksi ja Leena Kalliokoski lopetti työnsä Otavamedialla marras-kuussa 2016. Lisäksi Ruoka.fi siirrettiin Kodin lehdet -perheestä Anna-brändin alle alkuvuodesta 2017.

Itse oppaan laatiminen oli loppujen lopuksi melko nopea prosessi, sillä tiesin itse kaiken tarvittavan sen kirjoittamiseksi. Hankalaa oli kuitenkin se, että minulta kaivattiin jatkuvasti kirjallisia ohjeistuksia jonkin yhden asian tekemiseen. Niinpä loin ohjeistuksia kuukausien mittaan ja lopulta kokosin niitä yhteen opasta kirjoittaessani. Lisäksi WP:iin tuli jatkuvasti päivityksiä, jotka piti huomioida oppaassa.

Jälkeenpäin mietittynä olisi ollut hyvä idea pyrkiä laatimaan opas jo parin viikon sisällä ensimmäisestä tapaamisesta tuottajien kanssa. Näin erinäiset muutokset eivät olisi päässeet vaikuttamaan oppaan laatimiseen ja se olisi ollut valmiina odottamassa uusia avustajia heti ensimmäisen koulutuksen yhteydessä.

Koska oppaan valmistuminen venyi, sen käyttötarkoituskkin muovautui hieman erilaiseksi kuin oli alun perin suunniteltu. Sen sijaan, että opas olisi ollut vain toimituksen ulkopuolisille avustajille, siitä syntyi käytännössä opas toimituksen sisäiseen käyttöön. Sitä sovellettiin myös bloggareiden kouluttamiseen. Itselleni tärkeintä on kuitenkin se, että opas on tarpeellinen ja tukee ihmisiä heidän töissään.

Opas täyttää sille asetetut tavoitteet joiltain osin. Se ei onnistunut viivästy misensä takia tehostamaan vuonna 2016 rekryoitujen avustajien työtä, eikä myöskään tuottajien töitä sillä aikataululla kuin oli alun perin ajateltu. Jouduin tekemään oppaaseen lähes kaikki osiot ennen kuin olin ehtinyt kirjoittaa tietopohjaa, mikä johti siihen, ettei tietopohja näy juuri mitenkään valmiissa oppaassa.

Molempiin verkkopalveluihin palkattiin kuitenkin vuoden 2016 aikana myös bloggareita, joiden kouluttamisessa käytin oppaan soveltuvia osia. He saivat myös ohjeet itselleen ja heidän työskentelyssään niistä tuntui olevan apua, sillä avunpyyntöjä tuli suhteellisen vähän. Silloinkin, kun niitä tuli, liittyivät ne yleensä johonkin ongelmaan, joka ei ollut ennakoitavissa.

Opas oli kuitenkin suunniteltu myös avuksi toimituksen jäsenille ja siinä se onnistui kohtalaisesti. Oppaasta näytti olevan loppujen lopuksi vielä suurempi apu toimituksessa kuin avustajille, sillä moni toimittaja otti oppaan pohjalta lyhentämäni ohjeistuksen säännölliseen käyttöön.

Toisaalta, jos alun perin olisin lähtenyt luomaan opasta toimitukselle, olisi se varmasti erilainen kuin nyt tekemäni opas. Toimituksen tarpeet ovat toisenlaiset kuin ulkopuolisten avustajien, joten oppaan sisältö ja esitystapa olisi kannattanut miettiä erilaiseksi. Digitaalinen muoto ei olisi ollut lähtökohtana, vaan olisin suunnitellut oppaan niin, että se voisi olla printtimuotoinen.

Nykyisessä muodossaan opas vaatii aina hieman muokkaamista ennen kuin sitä voi hyödyntää toimituksen sisällä. Esimerkiksi Ruoka.fi -sivusto on tämän kirjoitushetkellä siirtynyt Kodin lehdet -perheestä Anna-perheeseen, eivätkä kaikki sitä koskevat ohjeistukset ole enää relevantteja. Sisältö on muutenkin monilta osin liian yksityiskohtaista toimituksen sisäiseen käyttöön, koska toimittajille keskeisintä on vain WP:in peruskäyttö, joka koostuu lähinnä juttujen syöttämisestä ja kuvittamisesta.

Olisikin hyvä idea, jos toimitukselle laadittaisiin oma opas, joka olisi alusta alkaen tehty vastaamaan sen jäsenten tarpeisiin. Toimituksessa kaivataan yksinkertaisempia ohjeita ja vain muutamia työvaiheisiin. Kyseisen oppaan olisi hyvä olla suunniteltu jo valmiiksi niin, että se olisi todella perusteellinen työvaihekuvauksissaan ja printtimuotoinen. Myös bloggareille olisi hyvä olla oma, suppeampi opas, jossa käsiteltäisiin vain heidän työnkuvaansa koskevia asioita.

Lähteet

Google. 2010. Search engine optimization starter guide. Luettavissa: <http://static.googleusercontent.com/media/www.google.co.jp/fi/jp/intl/en/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>. Luettu 2.10.2016.

Helsilä, M. 2002. Käytännön henkilöstötyö. Tammi. Helsinki.

Honkanen, V. 2016. Hakukoneoptimointi. Luento. Otavamedia. 3.1.2016.

Keränen, V., Lamberg, N., Penttinen, J. 2005. Digitaalinen media. Docendo. Porvoo.

Lepistö, I. 2004. Työhön kouluttajan opas 2. uudistettu painos. Työturvallisuuskeskus. Helsinki.

Otavamedia yrityksenä. Luettavissa: <https://otavamedia.fi/tietoa-meista/otavamedia-vahva-suomalainen-mediataalo/>. Luettu 1.10.2016.

Sihvonen, L. 2015. WordPress-koulutus. Luento. Otavamedia. 1.10.2015.

TNS Metrix. Suomen web-sivustojen viikkoluvut. Luettavissa: <http://tnsmetrix.tns-gallup.fi/public/>. Luettu: 1.10.2016.

Torppa, T. 2013. Yksin työskentelevän opas. Talentum. Helsinki.

WordPress. About WordPress. Luettavissa: <https://wordpress.org/about/>. Luettu: 1.10.2016.

WordPress. Notable users. Luettavissa: <https://wordpress.com/notable-users/>. Luettu 1.10.2016.

Österberg, M. 2014. Henkilöstöasiantuntijan käsikirja. 4. uudistettu painos. Kauppakamari. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Digiopas



15. JOULUKUUTA 2016

DIGIOPAS AVUSTAJILLE

TOIVONEN EMMI
OTAVAMEDIA
Maistraatinportti 1



Oppaan käyttäjälle

Tämä opas on tarkoitettu ensisijaisesti ulkopuolisille avustajille, jotka työskentelevät Otavamedian Kotiliesi.fi- ja Ruoka.fi-sivustojen parissa. Oppaan avulla pääset alkuun julkaisujärjestelmä WordPressin käytössä, tutustut Otavamedian arkistojärjestelmä Elvikseen sekä opit hakukoneoptimoinnin alkeet.

Opas on jaoteltu eri aihepiirien mukaan. Löydät omasta osiostaan WordPressiä sekä sen eri toimintoja käsittelevät ohjeet, kuva-arkiston käyttöohjeet sekä hakukoneoptimointiin liittyvät ohjeet. Lisäksi mukana on yksinkertaiset ohjeet kuvankäsittelyyn, jotka on laadittu Adoben Photoshop Elements -ohjelmaa varten.

Jos tarvitsemasi tieto ei löydy oppaasta, ota yhteys aina tuotantoassistenttiin tai tuottajaan. Ongelmatilanteita raportoidessa kannattaa harkita kuvakaappauksen ottamista, sillä se saattaa nopeuttaa ongelman ratkaisemista.

Toivottavasti löydät oppaasta kaiken tarvitsemasi ja opit nopeasti verkkotyöskentelyn rutiinit!

Sisällys

Oppaan käyttäjälle.....	1
WordPress	3
WordPressin rakenne	3
Kirjautuminen	3
Artikkelin luominen	4
Kuvien lisääminen.....	5
Avainsanoitus	6
Otsikointi	7
Artikkelin ajastaminen.....	7
Linkittäminen.....	8
Reseptien syöttäminen.....	8
Kilpailun tekeminen ja lomakkeiden luominen	9
Yoast SEO.....	11
Elvis-arkiston käyttö	13
Kuvien käytöstä	14
Otavamedian kuvat	14
Talon ulkopuoliset kuvat	15
Kuvien muokkaaminen verkkoon sopiviksi Adobe Photoshop Elements –ohjelmistolla	15
Verkkokirjoittaminen.....	17

WordPress

WordPress (WP) on avoimen lähdekoodin julkaisualusta, joka on kehitetty alun perin blogikäyttöön. Maailmassa on yli 75 miljoonaa WP-sivustoa. Otavamedialle on rakennettu sen tarpeisiin suunniteltu WP-alusta.

Tällä hetkellä Kotiliesi.fi:n hallinta on kaksikielinen (englanti ja suomi), mutta Ruoka.fi:n kokonaan suomenkielinen. Näihin saattaa tulla päivitysten ja kehityksen myötä muutoksia, mutta tämän hetkisen tilanteen vuoksi ohjeissa käytetään sekä suomen- että englanninkielisiä termejä.

WordPressin rakenne

WP perustuu sisällön kategorisointiin. Eri tyyppiset sisällöt ovat omissa kategorioissaan: artikkelit, kuvat, lomakkeet, reseptit ja niin edelleen.

Päänäkymät noudattavat aikajärjestystä ja oletusarvoisesti käyttäjälle näytetään kaikki. Näkymiä on mahdollista suodattaa.

Kirjautuminen

Kirjautuminen WP:iin onnistuu kirjautumissivun kautta osoitteessa <http://kotiliesi.fi/wp-admin> ja <http://ruoka.fi/wp-admin>. Kirjaututtuasi sinulle avautuu Ohjausnäkö eli Dashboard, jonka kautta pääset luomaan sivustolle sisältöä sekä hallinnoimaan sitä.

Minun sivustoni Ruoka.fi Uusi SEO Delete Cache Moi emmitoivonen

Ohjausnäkö Ohjausnäkö Näyttöasetukset Ohje

Etusivu
Minun sivustoni

Artikkelit
Media
Lomakkeet
Sivut
Kommentit
Reseptit
Profiili
Asetukset
Teeman asetukset
Piilota valikko

Ohjausnäkö

Yeast SEO has been updated to version 3.0.6. [Click here to find out what's new!](#)

We've updated our SEO score algorithm. [Click here to recalculate the SEO scores for all posts and pages.](#)

Sivustosi sisältö lyhyesti

982 artikkelia 22 sivua

810 kommenttia

WordPress 4.3.2, käytössä teema: Ruoka.fi.

Akismet on suojannut sivustoasi jo 228 roskapostikommenttilta. Tällä hetkellä Roskaviestit-kansiossa on 43 kommenttia jonossa.

Aktiiviteetti

Hiljattain julkaistu

Tänään, klo 14:00 Viikon 4 ruokalista: sioulikeittoa. lauhemaksapiiveä.

Nopea luonnos

Otsikko

Mitä sinulla on mielessä?

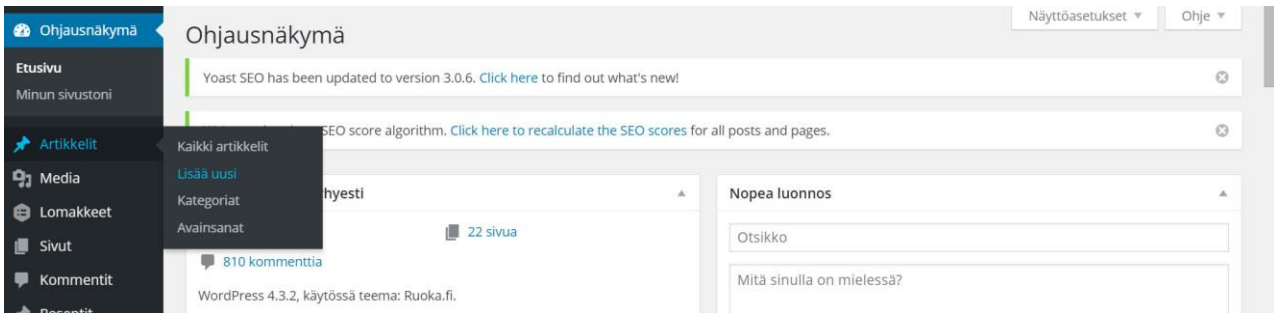
Tallenna luonnos

Luonnoksia

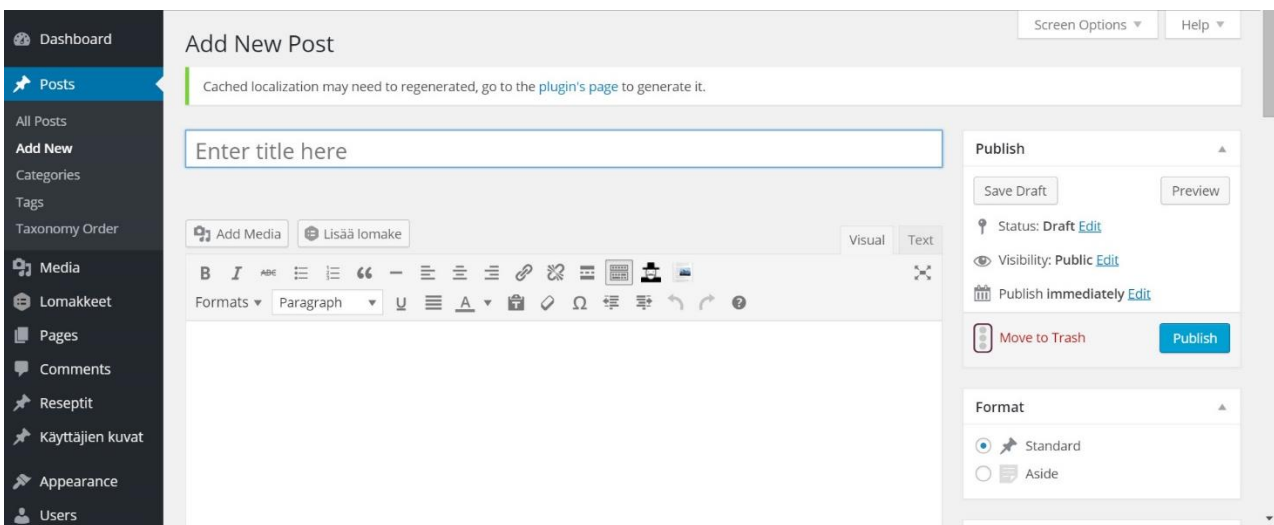
Sipuli x 8 - salaattia, risottoa vai keittoa? 22.1.2016
Sipuli sopii jos jonkinlaiseen ruokaan. Monet sydäntalven herkut saavat maukkaan...

Artikkelin luominen

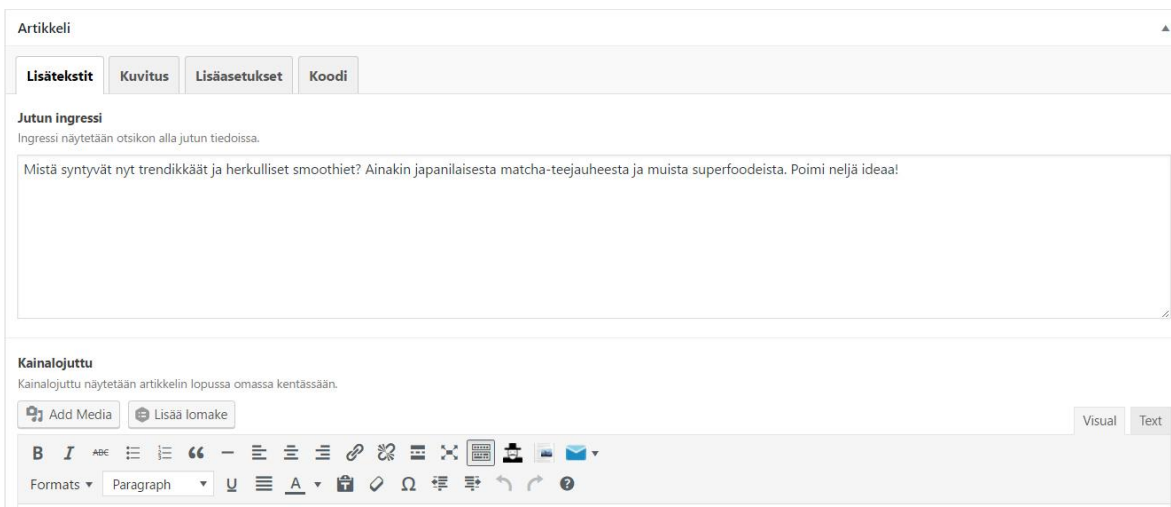
Uusi artikkeli luodaan valitsemalla vasemman reunan työkalupalkista Artikkelit → Lisää uusi tai Posts → Add new.



Tämän jälkeen sinulle aukeaa tyhjä artikkelipohja.



Leipäteksti syötetään suureen tekstikenttään, otsikko ja ingressi omiin niille tarkoitettuihin kenttiinsä. Jos jutulla on esimerkiksi kainalo, sille on myös oma kenttänsä. Ingressin ja kainalon paikat ovat alempana sivulla. Artikkelin → Lisätekstit



Kun tekstit on sijoitettu oikeisiin kenttiin, voit muotoilla tekstin ja lisätä kuvat. Huomaa myös klikata oikeasta reunasta juttu oikeaan kategoriaan. **HUOM!** Jos valitset esim. alakategorian Ruokaideat, älä valitse enää erikseen yläkategoriaa Ruoka, koska juttu tulee kyseisen kategorian alle automaattisesti.

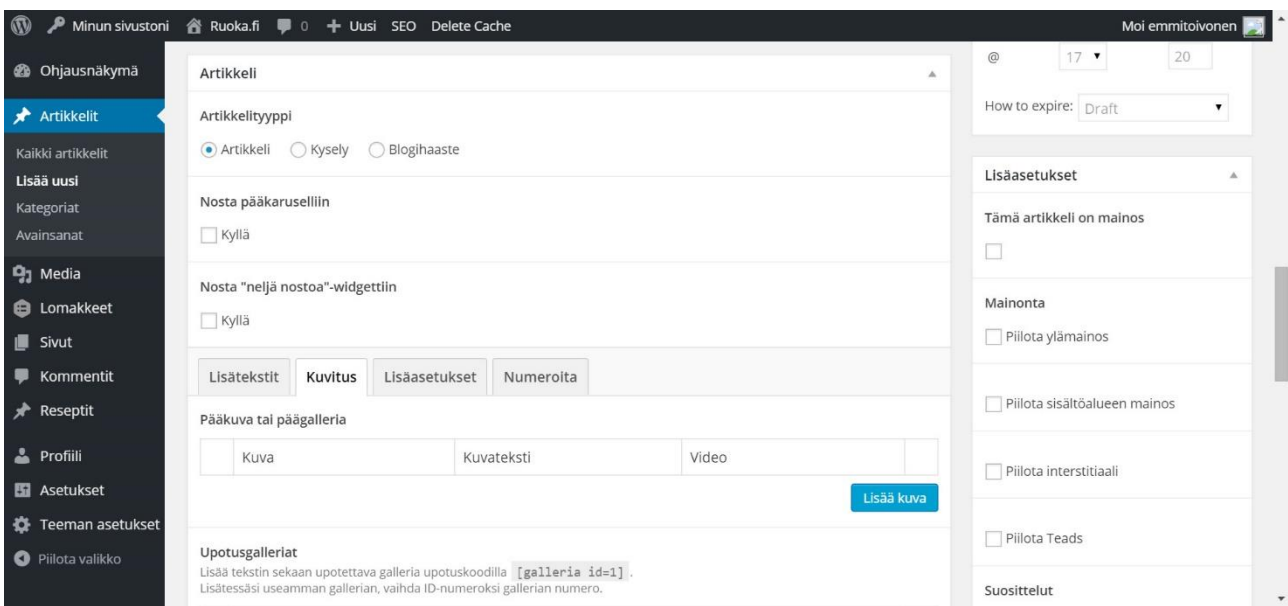
Jutuissa käytetään seuraavia muotoiluja:

- Väliotsikot aina tyyllillä Heading 2/Otsikko 2
- Mikäli tarve vaatii, väliotsikoiden alaotsikot Heading 3/ Otsikko 3 -tyyllillä. Aina kuitenkin oikeassa järjestyksessä eli ensin Heading 2, vasta sen jälkeen voi tulla Heading 3.
- Nimet lihavoidaan
- Jutun loppuun tuleva Lue lisää... -otsikko tyyllillä Heading 2 Ruoka.fi:ssä, lihavoituna Kotiliedessä

Kuvien lisääminen

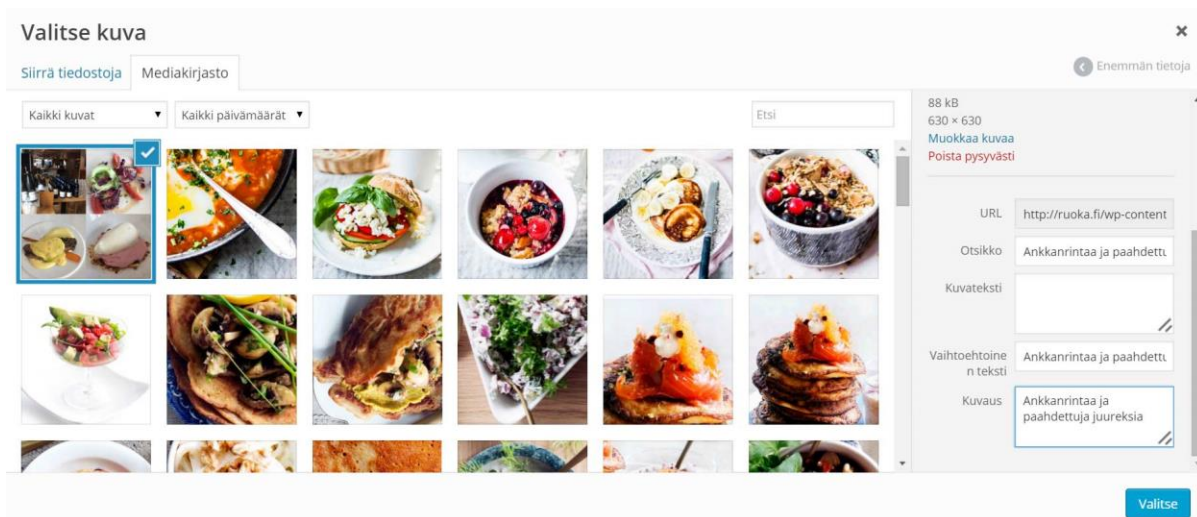
Kuvien lisääminen tapahtuu kahdella eri tavalla. Jutun niin sanottu nostokuva eli kuva, joka näkyy muun muassa sivuston etusivulla, lisätään Artikkelin nimisen kentän Kuvitus-välilehdellä.

Kuvitus → Lisää kuva



Klikattuasi ”lisää kuva”, sinulle aukeaa mediakirjasto, josta löytyy kaikki sivustolla jo olevat kuvat. Mikäli nostokuva löytyy jo näiden joukosta, voit hakea kuvaa sen nimen perusteella. Jos sinun tarvitsee lisätä kokonaan uusi kuva, valitse Siirrä tiedostoja -välilehti. Voit raahata tai valita oikean kuvan kirjastoon lisättäväksi.

Kun olet lisännyt kuvan mediakirjastoon, ilmestyy mediakirjaston oikeaan reunaan syöttämääsi kuvaan liittyviä kenttiä. Näistä kentistä täytetään Otsikko/Title, Vaihtoehtoinen teksti/Alt text sekä Kuvaus/Description.



Kuvan otsikoksi tulee automaattisesti kuvan nimi, mutta sitä voi myös muokata. Hakukonenäkyvyyden kannalta on kuitenkin parasta, että kuvat on nimetty sen mukaan, mitä ne käsittelevät.

Vaihtoehtoisen tekstin pitäisi kuvata hyvin sitä, mitä kuvassa on, sillä tämä teksti auttaa myös hakukonenäkyvydessä. Tekstin pituuden kanssa ei kannata kuitenkaan liioitella, noin kuuden sanan mittainen kuvaus on riittävä.

Kuvaus-kentän teksti voi useimmiten olla sama kuin vaihtoehtoinen teksti.

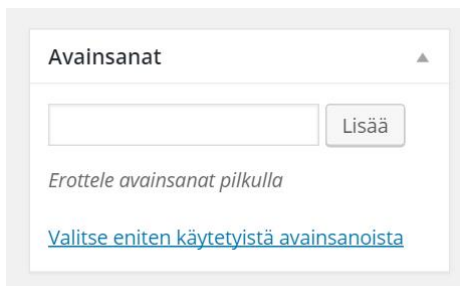
HUOM! Nostokuvan tulisi aina olla vaakakuva. Jos sopivaa vaakakuvaa ei ole saatavilla, kokeile rajata kuva sellaiseksi. Tämä vaatii tarkkuutta, jos kuvassa on ihminen, sillä nostokuvassa saattaa esimerkiksi pää rajautua pois.

Toinen tapa syöttää kuvia ei juuri eroa ensimmäisestä. Tärkein ero on se, että nämä kuvat ovat jutun sisään tulevia kuvia, eikä niiden siten tarvitse olla välttämättä vaakakuvia.

Artikkeleiden ja reseptien kuvien leveys on molemmilla sivustoilla **630 px**. Ruoka.fi:n reseptikuvat ladataan mediakirjastoon kuitenkin **2048 px leveinä**. Kuvien resoluution tulisi olla 72 dpi. Kuvan koko **ei saisi ylittää 150 kt**, jottei sen hidasta sivun latautumista.

Avainsanoitus

Kaikkiin artikkeleihin – olipa kyseessä sitten juttu, kilpailu tai resepti – tulee lisätä avainsanat/tags. Avainsanakenttä löytyy sivun oikeasta reunasta.



Avainsanojen tarkoitus on kuvailla artikkelin sisältöä ja siten varmistaa, että se löytyy sivuston hakukoneesta. Niiden avulla voidaan myös ryhmitellä juttuja sivuston sisällä.

Valitse avainsanoiksi sanoja, jotka parhaiten kuvaavat artikkelin sisältöä. Mieti, millä hakusanoilla itse etsisit tietoa kyseisestä aiheesta.

Sopiva avainsanojen määrä on keskimäärin kolmesta kuuteen.

Avainsanat ovat aina substantiiveja ja mieluiten yksikkömuotoisia. Niitä kannattaa valita eri abstraktiotason ilmauksista. Esimerkiksi: ruoka – leivonta – pulla – korvapuusti

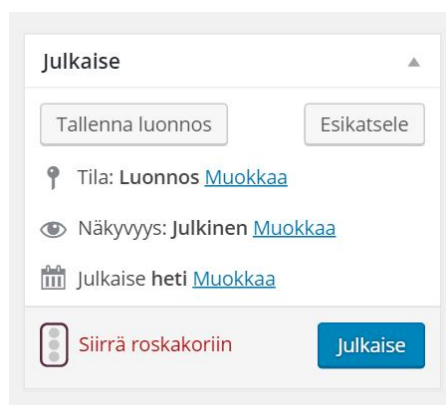
Otsikointi

Hyvä nettiotsikointi voi olla haastavaa, mutta siihenkin on omat niksinsä. Kiinnitä huomiota ainakin näihin perusasioihin:

- otsikossa on oltava **ainakin kolme sanaa**, mutta hyvin pitkät otsikot eivät ole toivottavia
- **vähintään yhden hakusanan** olisi hyvä esiintyä otsikossa
- ole **selkeä**, lukupäätös tapahtuu yleensä pelkän otsikon perusteella
- toimintakehotteet ovat usein tehokkaita: lue, katso, poimi, valitse...
- luetuimmissa otsikoissa on usein myös demonstratiivipronomini (tämä herkku, nämä tuotteet)
- koska netissä otsikko esiintyy useimmiten ilman kuvaa, yksilöi ja käytä nimiä, kun mahdollista (esim. Koko kansan keittokirjailija vs. Vappu Pimiä halusi kirjoittaa keittokirjan koko kansalle)

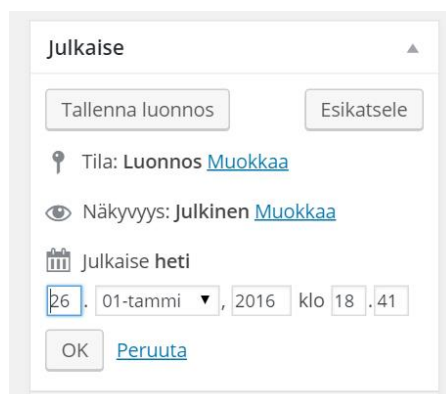
Artikkelin ajastaminen

Artikkelin ajastaminen tapahtuu ylhäällä, oikeassa reunassa olevan Julkaise-kentän kautta.



Kun olet saanut artikkelin valmiiksi, lisännyt siihen tarvittavat kuvat, asiasanat, kategoriat sekä tekijätiedot, voit ajastaa sen.

Ajastus tehdään valitsemalla Julkaise heti -kohdasta Muokkaa. Alapuolelle aukeaa kenttä, johon voit syöttää halutun julkaisupäivämäärän sekä kellonajan. Kun olet asettanut ajan, valitse ensin ok, sitten paina vielä sinistä Ajasta-painiketta.



Linkittäminen

Aina, kun luot uuden artikkelin, tulisi se linkittää muihin sivustolla oleviin saman aihepiirin artikkeleihin. Esimerkiksi broileriruokia käsittelevän jutun loppuun lisätään linkkejä muihin broileria käsitteleviin juttuihin. Kun lisää myös linkittämiisi artikkeleihin linkin juuri luomastasi jutusta, syntyy ristiinlinkitystä.

Kotiliesi.fi:n ja Ruoka.fi:n välillä tehdään myös linkitystä niin, että sivuston omien linkkien lisäksi loppuun lisätään myös toisen sivuston aiheeseen sopiva artikkeli.

Linkin ankkurisanoina tulisi välttää sanojen, kuten täältä, tästä ja tänne, käyttöä. Esimerkiksi ”katso lisää **täältä**” tai ”sivuille pääsee **tästä**” eivät ole hyviä tapoja ankkuroida linkkiä. Näiden sijaan tulisi käyttää kuvaavampia ilmaisuja. Esimerkiksi ”Katso **Himahella-blogin videolta** lisää vinkkejä pullataikinan tekemiseen” on parempi tapa ankkuroida.

Google arvottaa sivustoja myös ankkurisanojen mukaan, joten on tärkeää, että ne ovat kunnossa.

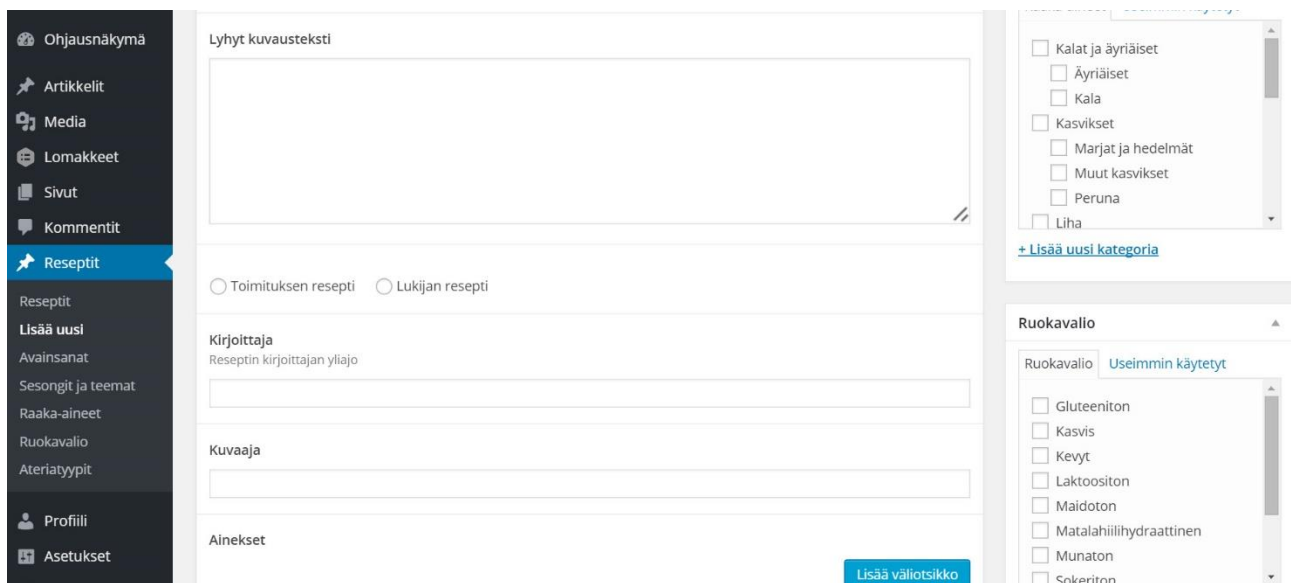
Reseptien syöttäminen

Uusi resepti syötetään valitsemalla vasemman reunan valikosta Reseptit → Lisää uusi.

Aloita nimeämällä resepti. Reseptin otsikko on sen nimi. Kun syötät lehdessä olleita reseptejä, kannattaa niiden nimeä muokata, jos se on liian epämääräinen. Tärkeintä on, että nimeen sisältyy se sana, jota todennäköisesti haetaan.

Reseptiä ei kannata nimetä talviseksi padaksi, vaan esimerkiksi mausteiseksi lihapadaksi. Tämä vaatii luonnollisesti reseptiin tutustumista. Tarkista myös onko reseptipankissa jo olemassa samanniminen resepti, koska sivustolla ei kannata julkaista montaa samannimistä sisältöä.

Kopioi resepti tyhjään tekstikenttään. Tähän kohtaan kuuluu reseptin ohjeteksti. Ohjetekstin jälkeen lisätään linkkejä toisiin saman tyyppisiin resepteihin tai ko. reseptin kanssa samaan kokonaisuuteen kuuluviin resepteihin.



Kirjoita reseptille myyvä kuvaus, jonka aloitat reseptin nimellä. Kuvaus tulee Lyhyt kuvausteksti -kenttään ja se voi olla noin kahden virkkeen mittainen. Kentän alapuolella on kaksi eri vaihtoehtoa, valitse näistä aina Toimituksen resepti.

Raaka-aineluettelon lisääminen tapahtuu Ainekset-kohdassa. Klikkaa ensin Lisää väliotsikko, jonka jälkeen alas aukeaa uusi painike, Lisää ainesosa. Klikkaamalla painiketta saat aina uuden rivin raaka-aineluetteloon.

Saat luettelon väliin väliotsikon kohdasta Lisää väliotsikko. Väliotsikkoa kannattaa käyttää, jos reseptissä on useampia komponentteja, esimerkiksi kakkupohja, täyte ja kuorrute.

Kun itse resepti ja sitä koskeva kuvaus on syötetty, lisää kuva kohdassa Reseptin kuva → Lisää kuva. Reseptin kuva syötetään mediakirjastoon koossa 2048 px/leveys, mutta se näkyy sivustolla 630 px leveänä. Suurempi kuvakoko on tarpeen, mikäli reseptiä katsotaan esimerkiksi televisioruudulta.

Muista lisätä Kuvaaja-kenttään myös kuvaajan nimi sekä /Otavamedia, esimerkiksi Jorma Marstio/Otavamedia.

Kun nämä tiedot on täytetty, siirry täyttämään muita tietoja. Pakolliset täytettävät kentät ovat Kirjoittaja, Valmistusaika, Vaikeusaste, Julkaisutiedot-kenttä, Ateriatyyppi, Ruokavalio, Raaka-aineet, Sesongit ja teemat, Avainsanat. Täytä myös tieto siitä, mistä lehdestä ja numerosta resepti on peräisin.

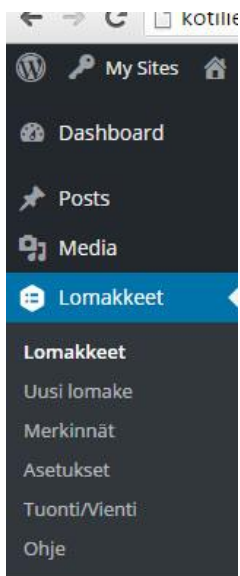
Täytä Annosmäärä-kohta, mikäli annosmäärä on tiedossa tai käy muuten selvästi ilmi reseptistä. Mikäli ohjeessa ilmoitettu annosmäärä on esimerkiksi 4-6 annosta, merkitse annosmääräksi mieluummin neljä kuin kuusi.

Kun lisäät avainsanoja, lisää aina myös sen lehden nimi, josta resepti on peräisin. (Ei koske Kotiliesi.fi:tä, vaan ainoastaan Ruoka.fi:tä) Esimerkiksi Anna, Seura tai Viva. Tämä on tärkeää, koska lisäämällä lehden nimen asiasanoihin, saadaan kyseisen lehden logo näkymään reseptin yhteyteen.

Kilpailun tekeminen ja lomakkeiden luominen

Kilpailusivu tehdään luomalla tavallinen artikkelipohja (Uusi artikkeli/New post). Kilpailu eroaa tavallisesta artikkelista vain siten, että siihen liitetään lomake, jolla kerätään osallistujilta tarvittavat tiedot. Lomake kannattaa kuitenkin aina tehdä valmiiksi ennen kuin luo varsinaisen artikkelin.

Lomake luodaan kohdassa Lomakkeet. Lomakkeissa on olemassa valmiita pohjia, joita on suositeltavaa käyttää aina uutta kilpailua tehdessä. Mikäli kilpailu vaatii erikoiskenttiä, kannattaa olla yhteydessä yhteyshenkilöön, joka voi opastaa tapauskohtaisesti.



Tavalliset kilpailut, kuten Kotiliesi.fi:n ja Ruoka.fi:n nettikilpailut voit tehdä hyödyntämällä Kilpailu-nimistä lomaketta. Ota lomakkeesta kopio viemällä kursori kyseisen lomakkeen nimen päälle. Alle ilmestyy pieni valikko, josta valitset kohdan Kopio.

Dashboard

Posts

Media

Lomakkeet

Lomakkeet

Uusi lomake

Merkinnät

Asetukset

Tuonti/Vienti

Ohje

Pages

Comments

Reseptit

Käyttäjien kuvat

Lomakkeet Lisää uusi

Cached localization may need to be regenerated, go to the plugin's page to generate it.

All (86) | Active (86) | Inactive (0) | Roskakori (20)

Massatoiminnot

<input type="checkbox"/>	ID	Otsikko	Näyttökerrat	Merkinnät
<input type="checkbox"/>	54	Hae Kotileden muuttujaksi	15501	319
<input type="checkbox"/>	106	Hae mukaan Friggs-testiryhmään!	0	0
<input type="checkbox"/>	14	Kilpailu	1	0
<input type="checkbox"/>	71	Kilpailu - Antti Holma: Kauheimmat runot	801	1613

[Muokkaa](#) | [Asetukset](#) | [Merkinnät](#) | [Esikatselse](#) | [Kopioi](#) | [Roskakori](#)

Lomakelistaan ilmestyy nyt uusi lomake nimeltään Kilpailu – Copy. Vie kursori lomakkeen päälle ja klikkaa auki. Sivulle pitäisi aueta näkymä, jossa näet kaikki lomakkeen eri kohdat. Kysymysten muokkaaminen on mahdollista tässä näkymässä. Jos haluat muuttaa jotakin kysymystä, klikkaa kyseistä kenttää ja tekstin muokkaus aukeaa. Jos haluat lisätä lomakkeeseen uuden tekstikentän, valitse sivun oikean reunan valikosta ”Rivi tekstiä”.

Lomakkeen yläreunassa on valikko, josta löytyy kohta Lomakeasetukset, klikkaa sitä. Pääset taas uuteen näkymään, jossa ylimpänä näkyy Lomakkeen perustiedot. Perustiedoista tulisi aina muokata Lomakkeen otsikko –kohta vastaamaan kutakin kilpailua. Esim. Osallistu ja voita Katri Helenan Taivaan tie –kirja! – kilpailun lomake voidaan nimetä ”Voita Katri Helenan Taivaan tie-kirja”. Tämä teksti näkyy kilpailusivulla, mutta se on tärkeä myös siksi, että lomake löytyy helposti arvontaa varten.

Lomakemuokkain

ID: 14 Lomakkeen nimi: Kilpailu

Cached localization may need to be regenerated, go to the plugin's page to generate it.

[Lomakemuokkain](#) [Lomakeasetukset](#) [Merkinnät](#) [Esikatselse](#)

- Lomakeasetukset
- Vahvistukset
- Ilmoitukset

Muokkaa tämän lomakkeen asetuksia

Nimi *

Lomakeasetukset

Vahvistukset

Ilmoitukset

Lomakkeen perustiedot

Lomakkeen otsikko

Lomakkeen kuvaus

Alempana samassa näkymässä on kohta Rajoitukset. Valitse tästä osiosta toiminto Ajasta lomake. Kun ruksaat ruudun, alle aukeaa aloitus- ja lopetuspäivien säätämiskentät. Valitse oikea päättymispäivä aukeavasta kalenterista ja säädä oikea kellonaika. Alkamisajankohtaa ei tarvitse valita, vaan voit jättää sen

tyhjäksi. Kilpailut päättyvät ennen keskiyötä. **HUOM!** WP tarjoaa kellonajoiksi vain tasa-, puoli-, ja varttitunteja ja kello on 12-tuntinen. Kilpailut on tavallisesti ajastettu päätymään päättymispäivänä klo 23:45 eli 11:45 PM.

Rajoitukset

Rajoita merkintöjen määrää Rajoita merkintöjen määrää

Ajasta lomake Ajasta lomake

Ajasta aloituspäivä/-aika 01/12/2016 7 : 00 AM

Ajasta lopetuspäivä/-aika 01/26/2016 11 : 45 PM

Lomake viirellä -viesti

Lomake vanhentunut -viesti

Vaadi käyttäjän sisäänkirjautuminen

Lomakkeen asetukset

Roskapostihunajapurkki käyttöön Ota roskapostihunajapurkki käyttöön

Animoituid siirtymät Ota animaatiot käyttöön

Päivitä lomakkeen asetukset

Kun nämä kaikki toimenpiteet on tehty, voit painaa sivun alareunassa olevaa Päivitä lomakkeen asetukset – painiketta.

Kun syötät esim. Kotimökki- tai Paras juttu -kilpailua, käytä Kotimökki ja Paras juttu -nimisiä lomakkeita pohjina. Kopio ja muokkaa samaan tapaan kuin muissakin kilpailuissa. Kotimökki ja Paras juttu -kilpailuissa on tärkeää nimetä lomakkeet näin: Kotimökki 2/16 tai Paras juttu 15/16. Näin pysytään mukana siinä, mitä lehteä kyseinen kilpailu koskee.

Lomake liitetään artikkeliin viemällä kursori haluttuun kohtaan artikkelia, yleensä muun tekstin jälkeen. Kun kursori on alimmalla rivillä, valitse tekstilaatikon yläreunasta löytyvä kohta Lisää lomake. Tällöin sinulle aukeaa ikkuna, jossa on lista kaikista lomakkeista. Valitse oikea lomake klikkaamalla, jolloin se lisätään artikkeliin. Tallenna artikkeli.

Sesongin maku: 3 x sitrussalaatti

Permalink: <http://ruoka.fi/?p=133082>

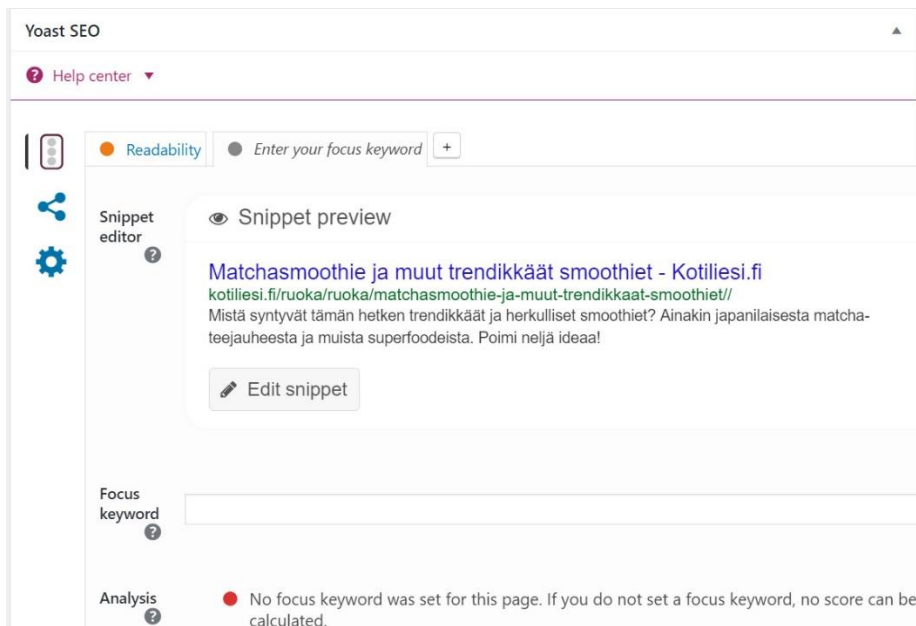
Lisää media Lisää lomake

Lisää Gravity Form -lomake

Omat tyylit Kappale

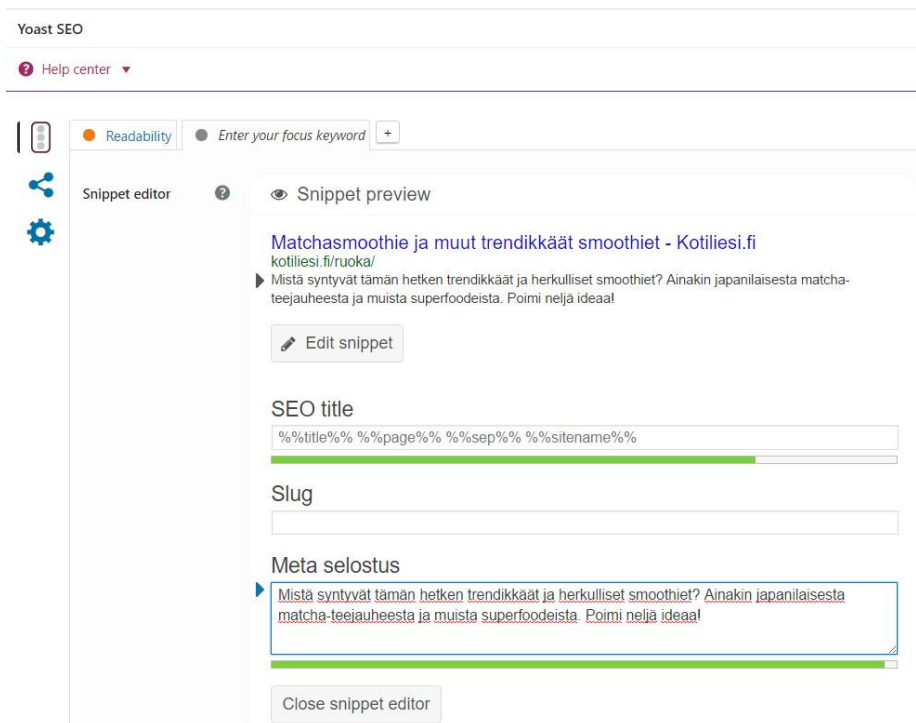
Yoast SEO

Yoast SEO on WordPressin lisäosa, jolla voidaan vaikuttaa hakukonenäkyvyyteen. Tämä lisäosa löytyy jokaiselta artikkeli- ja reseptisivulta.



Yoastin kautta pääset muokkaamaan metakuvausta, joka nousee Googlessa hakutuloksiin. Voit muokata myös otsikon erilaiseksi Googlea varten. Klikkaa Edit snippet -painiketta päästäksesi muokkaamaan metakuvausta. Otsikon muokkaus onnistuu SEO title -kohdassa.

Googlen hakutuloksissa ei näy kuin parin rivin lyhyt kuvaus artikkelista, joten tila kannattaa käyttää hyvin. Käytä metakuvausta ikään kuin myyntipuheena lukijalle, kerro miksi juuri tämä juttu kannattaa lukea. Yoast viestittää sopivasta pituudesta vihreällä värillä ja liian lyhyestä oranssilla. Liian pitkä kuvaus muuttuu väriltään punaiseksi.



Elvis-arkiston käyttö

Elvis-arkiston etäyhteyden käyttöönottoon on olemassa omat ohjeensa, jotka saat erikseen. Saat apua mahdollisissa kirjautumiseen/käyttäjätunnuksiin liittyvissä ongelmatilanteissa Päivi Lehtimäeltä (paivi.lehtimaki@otavamedia.fi).

Kun olet saanut käyttäjätunnukset aktivoitua ja pääset sisälle arkistoon, voit alkaa selata kansioita. Paina Elvis-ikonia vasemmasta yläkulmasta päästäksesi arkistonäkymään. Arkistonäkymässä oikeassa yläkulmassa on pieni kansion kuva, jota klikkaamalla sinulle aukeaa Elviksen kansiot.

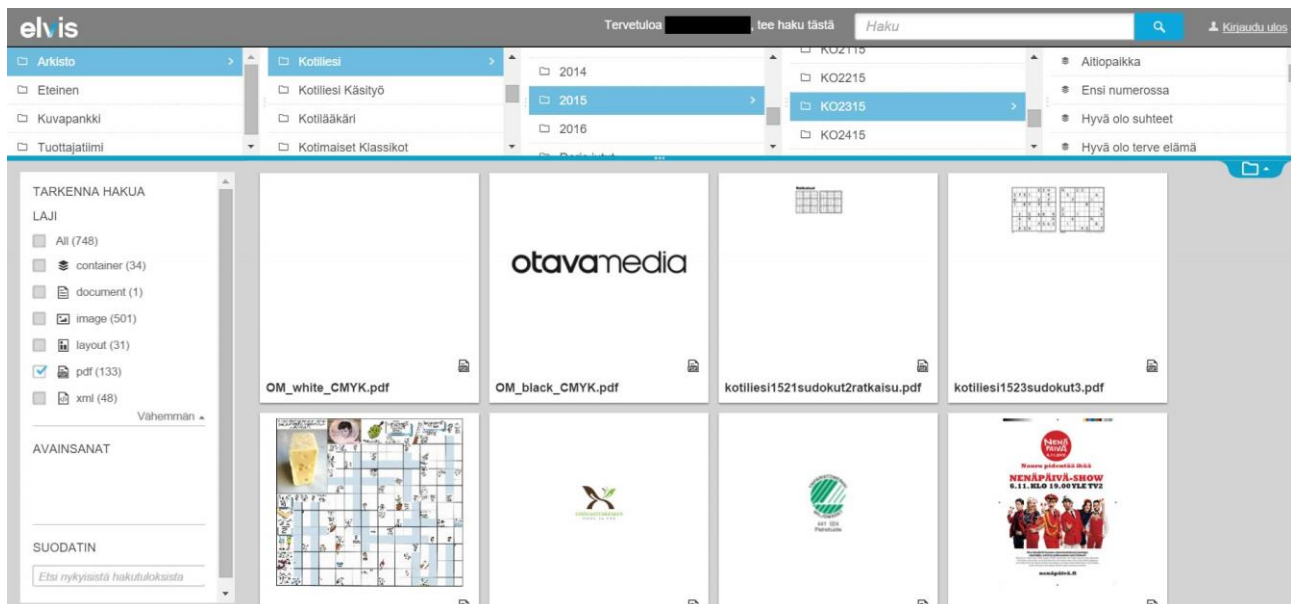
Vasemmassa reunassa näkyvät pääkansiot: Arkisto, Eteinen ja Kuvapankki. Arkistosta löydät julkaistujen lehtien pdf-sivut, taitot ja kuvat, jotka on ryhmitelty vuoden ja lehden numeron mukaan. Kuvat-kansiosta löytyy vain kuvatiedostoja.

Eteisestä löytyy tekeillä olevien lehtien materiaaleja, etkä useimmiten tarvitse sieltä mitään. Ainoan poikkeuksen tähän muodostaa Kotilieden Kotimökki-kilpailun kuvamateriaalit, joita tarvitsee välillä hakea Eteisestä.

Jos haet artikkelia tai reseptiä syötettäväksi, etsi arkistosta. Esimerkiksi Kotilieden numerossa 23/15 ollutta artikkelia etsitään valitsemalla seuraavat kansiot: Arkisto → Kotiliesi → 2015 → KO2315.

Jos tiedät artikkelin olleen jotakin tiettyä juttutyyppiä, kuten matkajuttu, voit vielä klikata Matka-kansion auki. Sieltä löydät juttuun kuuluvat kuvat helpoiten. Huomaa, että juttukansiosta ei kuitenkaan yleensä löydy jutun pdf-tiedostoa. Pdf-tiedosto kannattaa hakea siis kyseisen numeron kansiosta.

Oikea pdf-tiedosto löytyy hieman helpommin, jos suodatat kansion näkymää niin, että se näyttää pelkät pdf-tiedostot. Vasemmassa reunassa on Tarkenna haku -valikko, jossa voit ruksata erilaisia tiedostoja suodatettavaksi. Valitse pdf, jolloin selattavaksesi jää pelkkiä pdf-tiedostoja.



Mikäli etsit pelkkää kuvaa, esimerkiksi lisäkuvitukseksi juttuun. Valitse Kuvapankki → Otavamedia ja kirjoita hakukenttään termi, jolla haet kuvaa.

Pääsääntöisesti tarvitset työskentelyyn vain pdf- ja kuvatiedostoja.

Tiedostojen lataaminen onnistuu viemällä kursori haluamasi tiedoston päälle, jolloin kuvan alle ilmestyy vihreä Lataa-painike. Kun painat Lataa-painiketta, aukeaa valikko, jossa on vaihtoehdot Original ja Preview. Valitse Ruoka.fi:n reseptikuvissa vaihtoehto Original, jotta saat aina täydellisen tiedoston työstettäväksi. Muiden kuvien osalta Preview riittää.

Aiemmin mainittuihin Kotimökki-kilpailun kuvamateriaaleihin pääsee käsiksi seuraavaa polkua pitkin:
Eteinen → Kotiliesi → 00_Tulevat → 2016 → Kotimökki16

Kuvien käytöstä

Otavamedian kuvat

Kuvia ladattaessa on oltava tarkkana siitä, että kuviin on julkaisuoikeus. Kotilieden kuvat ovat käytettävissä myös Kotiliesi.fi:ssä, vaikka ne olisi ottanut kuvaaja, jonka kuvat muutoin olisivat maksullisia.

Jos kuvat ovat henkilökuvia tai kuvia vaikkapa jonkun yksityishenkilön kotoa, niitä ei voi käyttää ilman lupaa. Tuottaja kyllä mainitsee työlistaa antaessaan, jos jonkin jutun kuvituksessa on jotakin poikkeavaa. Yleisesti ottaen juttuihin saa käyttää niihin liittyviä kuvia.

Ruoka.fi:ssä käytetään useassa eri lehdessä julkaistuja kuvia, joten sinne laitettavien kuvien kanssa täytyy olla vielä tarkempi.

Otavamedian omista kuvaajista suurin osa on luovuttanut/myynyt kuviensa jatkokäyttöoikeudet Otavamedialle.

Kuvaryhmän kuvaajat, joiden kuvia saa käyttää netissä:

Mirva Kakko

Jorma Marstio

Kari Hautala

Pekka Holmström

Tommi Tuomi

Kristiina Kurronen

Marjo Tynkkynen

Arto Wiikari

Ari Heinonen

Pekka Nieminen

Hannu Häyhä

Norman Ojanen

Jarmo Wright

Kuvaajat, joiden kuvien käyttöön liittyy ehtoja:

Pia Arnould, ennen vuotta 2010 otettuja voi käyttää, sitä uudempia ei voi koska työskentelee nykyään freenä. Ei sopimusta Otavamedian kanssa.

Elvi Rista, ennen vuotta 2008 otettuja voi käyttää, sitä uudempia ei, koska työskentelee nykyään freenä. Ei sopimusta Otavamedian kanssa.

Suvi Laine, ennen 18.8.2011 otettuja voi käyttää, sitä uudempia ei, koska työskentelee nykyään freenä, Ei sopimusta Otavamedian kanssa.

Seppo Saarentola (saa käyttää 1.9.2012 kuvia, joiden crediteissä on SKOY.)

Freelancer:

Yrjö Tuunanen, tehnyt Otavamedian freelancer sopimuksen, oikeudet Otavamedialla, voi käyttää.

Suvi Elo, freelancer, ollut sopimus Otavamedian kanssa 2011 asti. Uudempia ei voi käyttää.

Näiden valokuvaajien kuvia ei saa käyttää neuvottelematta erikseen, koska omistavat kuviensa jatkokäyttöoikeudet:

Hannu Lindroos (eläkkeellä)

Jukka Pakarinen

Paula Kukkonen

Kuvaajatieto ilmaistaan muodossa Tommi Tuomi/Otavamedia.

Talon ulkopuoliset kuvat

Kaikissa jutuissa ja resepteissä pyritään käyttämään Otavamedian omia kuvia. Jos arkistosta ei joskus sattuisi löytymään sopivaa kuvituskuvaa, ota yhteyttä tuottajaan. Hän voi auttaa sopivan kuvan etsimisessä.

Kuvia ei saa kopioida muilta sivustoilta, eikä muutenkaan käyttää ilman lupaa.

Kuvien muokkaaminen verkkoon sopiviksi Adobe Photoshop Elements – ohjelmistolla

Kuvat tulee aina käsitellä verkkoon sopiviksi ennen WP:n mediakirjastoon lisäämistä.

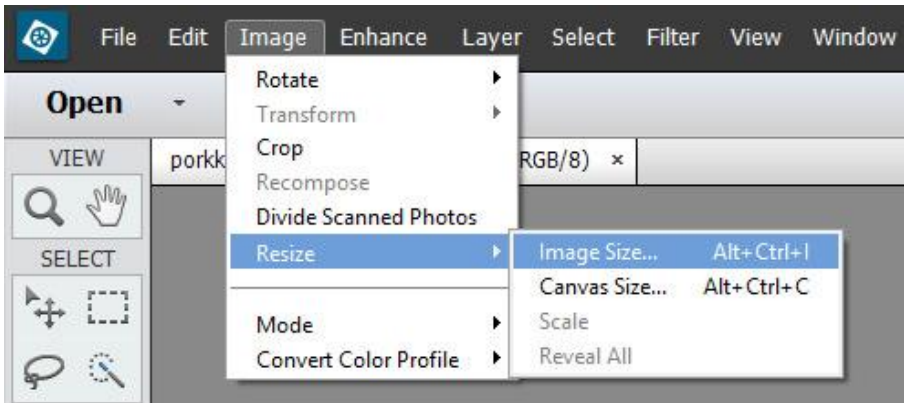
Kuvan oikea leveys on 630 px molemmilla sivustoilla. Kuvan korkeutta ei ole rajoitettu, mutta nostokuvan tulisi olla vaakakuva, jonka korkeus on 400 px. Jutun sisässä olevat kuvat voivat olla pystykuviakin.

Lisäksi kuvan resoluutio kannattaa verkkokäyttöä varten laskea 72 dpi:hin.

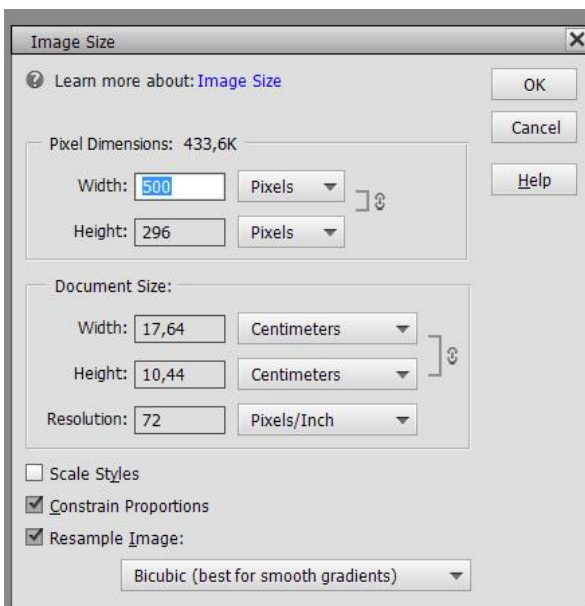
Mikäli kuva kaipaa rajaamista, onnistuu se vasemmalla olevasta palkista löytyvän rajaustyökalun avulla.



Sekä kuvan leveys että resoluutio asetetaan samasta paikasta. Valitse Image → Resize → Image size.



Valittuasi Image size, sinulle aukeaa uusi ikkuna.

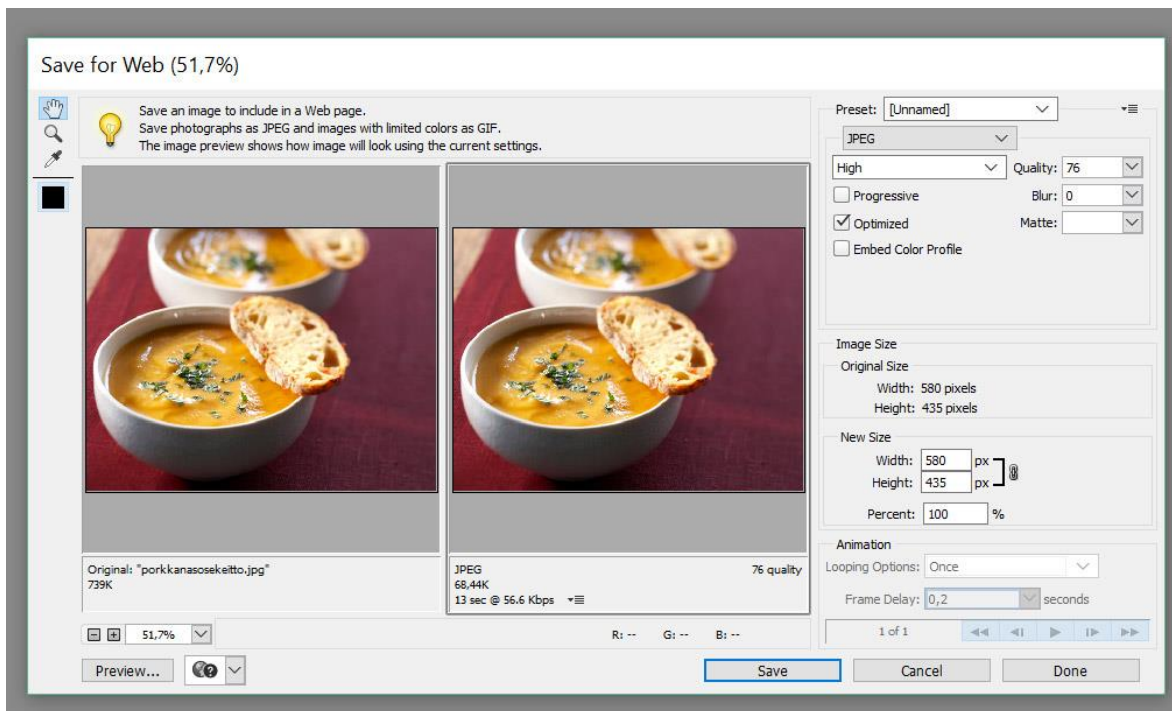


Pidä Constrain Proportions valittuna, koska se muuttaa automaattisesti myös korkeutta suhteessa leveyteen.

Muuta aina ensin resoluutio ja vasta sitten kuvan leveys. Jos muutat leveyden ensin ja sitten vasta resoluution, kuvan leveys muuttuu.

Kun kuvan koko on muutettu, voit tallentaa sen. Tallentaminen tapahtuu Save for Web –kohdasta. File → Save for Web.

Valittuasi Save for Web, sinulle aukeaa uusi ikkuna. Varmista täällä, että kuvan muoto on JPEG ja säädä sen laatua Quality-kohdasta niin, että kuvan alla näkyvässä kentässä kuvan kooksi muuttuu alle 150 K.



Tämän jälkeen voit klikata Save ja tallentaa kuvan.

Verkkikirjoittamisesta lyhyesti

- Kun kirjoitat verkkoon, täytyy tekstin olla helposti luettavaa. Sen lisäksi täytyy kiinnittää huomiota hakukoneystävällisyyteen.
- Otsikoinnista oli jo puhetta aiemmin, mutta kertauksena mainittakoon, että jutun kannalta keskeisimmän hakusanan/-sanojen tulisi esiintyä otsikossa. Jos sana on perusmuodossa, se on vielä parempi hakukoneita ajatellen.
- Ingressissä olisi hyvä toistaa tärkein hakusana.
- Kappaleiden tulisi olla lyhyitä. Tavallisesti 1-3 riviä tekstiä on sopiva kappaleen pituus. Huomaa, että teksti ei rivity sivuston julkisella puolella samalla tavalla kuin WP:n tekstikentässä.
- Käytä väliotsikoita. Suosi niissäkin avainsanoja, jos mahdollista.
- Pidä teksti aina mahdollisimman selkeänä. Jos voit valita kahden sanan väliltä, valitse aina se, jonka kaikki todennäköisesti ymmärtävät. Vältä runsasta sulkeiden, lyhenteiden ja lainausmerkkien käyttöä.

Lopuksi

Toivottavasti näistä ohjeista on ollut apua. Verkkotyöskentelyn rutiinit tulevat nopeasti tutuiksi tekemisen kautta. Kannattaa muistaa, että alkuun yhdenkin reseptin tai jutun syöttäminen voi tuntua aikaa vievältä ja työläältä. Työskentely nopeutuu pian, kun kaikki eri vaiheet alkavat sujua.

Ennen kuin julkaiset ensimmäisiä artikkeleita, on suositeltavaa käydä ne läpi tarkistuslistan kanssa. Tällöin voit varmistua siitä, että jutulle on tehty kaikki tarvittavat toimenpiteet.

Tarkistuslista

Juttu:

- Otsikko, jossa ainakin tärkein hakusana Google-hakua ajatellen
- Väliotsikot tyylillä Otsikko 2/Heading 2
- Mahdolliset väliotsikoiden alaotsikot Otsikko 3/Heading 3
- Ihmisten nimet lihavoitu leipätekstissä
- Ainakin kolme jutun aihepiiriin liittyvää linkkiä jutun lopussa
- Jutun ingressi syötettynä omaan kenttäänsä

Kuvitus:

- Nostokuva omassa kentässään (koko 630x400 px)
- Jutun muut kuvat tekstieditorissa, leveys 630 px
- Kuvien maksimikoko 150 kt
- Jokainen kuva nimetty asianmukaisesti jo tallennusvaiheessa
- WP:ssä täytetty kentät otsikko/title, vaihtoehtoinen teksti/alt text ja kuvaus/description

Muut

- Kirjoittajatiedon yliajo -kohdassa oikea nimi, jos juttu ei ole omasi
- Kuvaajatieto -kenttä täytetty
- Resepteissä tieto, mistä lehdestä ja numerosta resepti on
- Avainsanat (3-6 kpl)
- Yoast SEO: Metakuvaus täytettynä